



**You have downloaded a document from
RE-BUS
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: Rozwój turystyki na Śląsku Opolskim w kontekście aktywności obywatelskiej : perspektywa socjologiczna

Author: Paweł Sadło

Citation style: Sadło Paweł. (2014). Rozwój turystyki na Śląsku Opolskim w kontekście aktywności obywatelskiej : perspektywa socjologiczna. Praca doktorska. Katowice : Uniwersytet Śląski

© Korzystanie z tego materiału jest możliwe zgodnie z właściwymi przepisami o dozwolonym użytku lub o innych wyjątkach przewidzianych w przepisach prawa, a korzystanie w szerszym zakresie wymaga uzyskania zgody uprawnionego.



UNIwersytet ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

mgr Paweł Sadło
sadlopawel@gmail.com

Katowice, 31.12.2014 r.

**Rozwój turystyki na Śląsku Opolskim w kontekście aktywności obywatelskiej.
Perspektywa socjologiczna**

Praca napisana pod kierunkiem
prof. zw. dr hab. Marka S. Szczepańskiego

Katowice 2014

Spis treści

Uwagi wprowadzające	5
Rozdział 1 Rozwój społeczny jako przedmiot analizy socjologicznej	10
1.1 Teorie rozwoju społecznego jako podstawa analityczna rozwoju turystyki	10
1.2 Przegląd czynników rozwoju regionalnego oraz lokalnego.....	13
1.3 Zmiana społeczna	18
1.4 Teoria interakcjonizmu	28
1.5 Teoria wymiany	36
1.6 Aktywność obywatelska	42
Rozdział 2 Miejsce turystyki w badaniach naukowych	54
2.1 Turystyka jako przedmiot badań naukowych	54
2.2 W kręgu socjologicznych inspiracji badawczych	56
2.3 Turystyka a inne dyscypliny badawcze	62
Rozdział 3 Turystyka jako przedmiot analizy socjologicznej	65
3.1 Turystyka – terminologiczne dylematy symptomu współczesności	65
3.2 Przegląd typologii turystyki	67
3.3 Przegląd koncepcji teoretycznych turystyki	70
3.4 Wybrane koncepcje rozwoju turystyki	73
3.5 Socjologia turystyki	78
3.6 Wpływ turystyki na rozwój regionalny i lokalny	89
Rozdział 4 W kręgu społecznych kontekstów rozwoju turystyki	93
4.1 Rola inicjatyw oddolnych w budowaniu społeczeństwa obywatelskiego	93
4.2 Społeczne czynniki rozwoju turystyki w województwie opolskim	96
4.3 Rola mobilizacji społeczności lokalnej w kształtowaniu naturalnych zasobów turystycznych	99
4.4 Rola samorządu terytorialnego w rozwoju i kształtowaniu się pozycji turystyki w regionie	103
4.5 Import kulturowy i jego wpływ na zwiększenie aktywności społeczności lokalnych w zakresie działalności na rzecz rozwoju turystyki	106

4.6 Kapitał społeczny i kulturowy jako źródło rozwoju turystyki	109
Rozdział 5 Podstawy metodologiczne badań empirycznych	121
5.1 Cel i przedmiot badań	121
5.2 Problemy i pytania badawcze	123
5.3 Hipotezy badawcze	126
5.4 Metody, techniki i narzędzia badawcze	127
5.5 Populacja i dobór próby	140
Rozdział 6 Czynniki sukcesu w rozwoju turystyki województwa opolskiego. Wyniki własnych badań empirycznych	144
6.1 Ukryte potencjały w zakresie uwarunkowań i perspektyw rozwoju turystyki w wymiarze regionalnym	144
6.2 Warunki sukcesu w rozwoju turystyki województwa opolskiego uwzględniające tradycyjne elementy oceny potencjału turystycznego	163
6.3 Aktywność społeczności lokalnych w działaniach na rzecz rozwoju turystyki województwa opolskiego	165
6.4 Województwo Opolskie w świetle mierników popytu turystycznego	219
Podsumowanie	224
Bibliografia	226
Aneksy	237
Spis rysunków, tabel i wykresów	247

Uwagi wprowadzające

Turystyka to niezwykle szeroka dziedzina. Do jej otoczenia zaliczane są liczne elementy składowe, zaczynając od problemu rewaloryzacji zabytków, kształcenia kadr, a kończąc na budowie miejsc postojowych bądź oznakowania dróg. Należy zwrócić uwagę na fakt, że polityka turystyczna to świadome formułowanie oraz popieranie turystyki przez różnego typu instytucje oraz organizacje, kraje, a także lokalne oraz regionalne wspólnoty samorządowe. Turystyka lokalna może dotyczyć miast albo wsi, które posiadają warunki do jej rozwoju. Opiera się ona na faktycznych zasobach historycznych, kulturowych oraz naturalnych danego terenu, zaangażowaniu rozmaitych podmiotów spośród miejscowej społeczności, a także łączeniu turystyki z innymi aspektami rozwoju gospodarczego oraz zmianami w strukturze społeczno-ekonomicznej ludności. Intensyfikacja rozwoju turystyki lokalnej w szczególności związana jest ze zintegrowaniem planowania turystyki z planowaniem na szczeblu społeczności lokalnej albo regionu. Powody tego typu sytuacji są powiązane z różnymi trendami społecznymi, politycznymi oraz gospodarczymi.¹ Praktyka udowadnia, że na wielu terenach rozwój turystyki następuje bez konkretnego planu, a także poza lokalną kontrolą, zazwyczaj jest on narzucony z zewnątrz. Kontynuuje się go pomimo miejscowych priorytetów oraz stylu życia. W konsekwencji przez społeczeństwo lokalne jest on postrzegany jako zjawisko negatywne. Rozwój turystyki wpływa na rozmiar trudności komunikacyjnych, oddziałuje niekorzystnie na infrastrukturę, a także pogarsza stan zasobów historycznych oraz naturalnych. Społeczność lokalna może mieć wrażenie, iż traci kontrolę nad własnymi zasobami. Odzyskanie tej kontroli umożliwia turystyka lokalna, która zazwyczaj nie jest skutkiem zintegrowanego procesu planowania, lecz rozwija się w sposób przypadkowy, przy wykorzystaniu przez poszczególne jednostki występujących potencjałów lokalnych w tym zakresie. W związku z tym występuje po raz kolejny negatywna reakcja na przypadkowość rozwoju turystyki. Aktywność obywatelska, w szczególności społeczności lokalnej, która jest gotowa ponosić nakłady oraz angażować się w proces rozwoju turystyki powinna być pozytywnym czynnikiem wpływającym na jej rozwój.

¹ Aleziak W., *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Albis, Kraków 2000, s. 35.

Tradycyjne rodzaje działalności ludzkiej przechodzą obecnie liczne zmiany. Gospodarka lokalna, struktury społeczności, indywidualne style życia oraz wzorce wykorzystania ziemi były narażone na wpływ tego rodzaju zmian, również zazwyczaj postrzegany jako negatywny. W związku z tym liczne lokalne społeczności pragną odszukać możliwości przekształcenia własnej gospodarki oraz utrzymania albo zwiększenia poziomu jakości życia. Jednym z możliwych rozwiązań w tym zakresie jest turystyka lokalna.² Następnym bodźcem do przybliżenia kwestii planowania polityki turystycznej w kontekście rozwoju lokalnego powinna być intensyfikacja działań społeczności miejscowej w celu zagwarantowania mieszkańcom oraz grupom udziałowców możliwości kontroli w zarządzaniu procesem rozwoju oraz zmian. Jest to związane m.in. z konserwacją, a także promocją lokalnych atrakcji kulturowo-historycznych oraz społecznych.

Zainteresowanie tematem rozwoju turystyki w kontekście społecznym wypływa z jednej strony z chęci poznania mechanizmów rozwoju tej części życia społeczności lokalnych Śląska Opolskiego wraz z ich małą ojczyzną, z drugiej zaś wiąże się z jeszcze głębszym poznaniem „turystycznym” Opolszczyzny, tym razem przez pryzmat aktywności obywatelskiej. Turystyka jest tą dziedziną życia społecznego, która interesowała mnie od najmłodszych lat. Aktywność turystyczna jest moim zainteresowaniem zarówno w wymiarze turystyki rowerowej, pieszej, kajakowej, jak i górskiej i eksploracyjnej. Przyszedł czas na naukowe spojrzenie na turystykę z perspektywy badacza życia społecznego osadzonego od samego urodzenia w ramach, kontekstach i wymiarach na Śląsku Opolskim. Jeśli poprosimy pierwszego napotkanego mieszkańca województwa opolskiego o to, aby wymienił kilka atrakcyjnych regionów turystycznych na terenie Polski, to z całą pewnością Opolszczyzna w ogóle się na tej liście nie znajdzie lub znajdzie się na dalekim miejscu. Wynika to być może z faktu, że „cudze chwalimy, a swego nie znamy”, ale czy mieszkańcy Śląska Opolskiego doceniają atrakcje turystyczne regionu, ich walory krajobrazowe i infrastrukturalne? Nie zawsze uzmysławiane są fakty dotyczące występowania w województwie opolskim obszarów leśnych znaczących zarówno pod

² Gołembski G. (red.), *Nowe trendy rozwoju turystyki*, Wyd. PWSC, Sulechów 2009, s. 45.

względem powierzchniowym, jak i gatunkowym.³ Problem postrzegania Śląska Opolskiego jako mało atrakcyjnego turystycznie wynikać może z wielu przyczyn, być może jedną z nich jest dość wysoki poziom rozwoju gospodarczego, co bezpodstawnie może być uznawane za bezpośrednią przyczynę zdegenerowania przyrodniczego i środowiskowego. Prawdą jest, że porównania województwa opolskiego do województw ościennych nie ukazują gorszego stanu tego obszaru pod względem środowiskowym.⁴ Warto jednak dodać, że dla turysty ważne są nie tylko cechy środowiska przyrodniczego, ale także rozmaite walory kulturowe czy społeczne. Śląsk Opolski z racji historycznej specyfiki regionalnej oraz przypisanej mu na zawsze wielokulturowości przedstawia wartości dla turysty nie do przecenienia. Niestety, wciąż walory te nie są dostatecznie uwypuklane w kontekście rozwoju turystycznego i wykorzystania turystyki do rozwoju regionu jako jednej ze znaczących gałęzi gospodarki regionalnej. To właśnie na Śląsku Opolskim mamy do czynienia między innymi ze specyficznym zjawiskiem turystyki sentymentalnej, która jest stałym elementem turystycznego krajobrazu Opolszczyzny. Ponadto właśnie na terenie województwa opolskiego utworzył się pierwszy w Polsce klaster turystyczny i na tym obszarze występują unikatowe walory turystyczne. Nie do końca jednak potrafimy czerpać zyski z turystycznych dobrodziejstw Opolszczyzny, utrzymując poziom stałego zrównoważonego rozwoju w zakresie infrastruktury turystycznej.⁵ Ciekawą aktywnością w zakresie rozwoju turystyki na Śląsku Opolskim wydaje się aktywność obywatelska mieszkańców gmin i miast województwa opolskiego, którzy z własnych oddolnych inicjatyw tworzą turystyczny obraz Opolszczyzny. Jaki to obraz i jakie korzyści z rozwoju turystyki czerpią poszczególne gminy i miasta? Na te i wiele innych pytań będę starał się znaleźć odpowiedź. Badania własne oraz wszelkie analizy treści oraz danych zastanych zostały przeprowadzone pomiędzy majem, a październikiem 2013 roku? Pozwolę sobie również w niniejszym wstępie wyjaśnić znaczenie terminów jakich użyłem w tytule pracy.

³ Opolszczyzna to jeden z dwóch obszarów Polski, na którym występują unikatowe gatunki roślinności stepowej.

⁴ *Ochrona środowiska w województwie opolskim w latach 1993-2003*, red. nauk. W. Drobek, K. Heffner, Wyd. Instytut Śląski, Opole 2005, s. 11.

⁵ *Czy koniec Śląska jaki znamy?*, red. R. Rauziński, T. Słodra-Gwiżdż, R. Geisler, Wyd. Instytut Śląski Opole, 2010, s. 129.

Rozwój turystyki będę rozumiał zgodnie z założeniami teorii rozwoju endogennego uzupełnionego czynnikami zewnętrznymi zaproponowanymi przez Jacka Kaczmarka, Andrzeja Stasiaka i Bogdana Włodarczyka⁶, takimi jak różnorodne zasoby strukturalne (walory, zagospodarowanie turystyczne, dostępność komunikacyjna, inne) oraz zasoby funkcjonalne (czynniki ekonomiczne, technologiczne, ekologiczne, polityczne, psychologiczne, społeczno-demograficzne i kulturowe). Takie ujęcie rozwoju turystyki jest bardzo bliskie założeniom teorii rozwoju endogenicznego.

Śląsk Opolski w niniejszej pracy rozumiany będzie jako obszar województwa opolskiego w jego obecnych granicach, jednak ujmowany również w kontekście historycznego Śląska Opolskiego, głównie w sferze atrakcyjności turystycznej powodowanej czynnikami antropogenicznymi. Pojęcie Śląsk Opolski będzie tożsame z określeniami: województwo opolskie oraz Opolszczyzna.⁷ Pierwotnie termin Śląsk Opolski oznaczał obszar rejencji opolskiej w granicach z okresu międzywojennego, a więc poszerzoną część znajdującą się w granicach państwa niemieckiego wraz z takimi miastami jak: Racibórz, Gliwice, Zabrze i Bytom. W węższym znaczeniu termin ten oznacza administracyjny, a więc zmienne w czasie granice województwa opolskiego. Warto nadmienić również, że terminu Śląsk Opolski użyto po raz pierwszy w 1937 roku w wydanej w Katowicach książce pt.: „Na Śląsku Opolskim”, napisanej przez Stanisława Wasylewskiego.⁸ Od tamtej pory termin ten jest stosowany również na użytek opracowań naukowych. Podsumowując, termin użyty w tytule niniejszego opracowania ma na celu zwrócenie uwagi na procesy społeczne, również te zachodzące w rozwoju turystyki, które choć dziś występujące w województwie opolskim swój rodowód mają w historycznie zmiennym terytorium jakim jest Śląsk Opolski.

⁶ Kaczmarek J., Stasiak, Włodarczyk B., *Produkt turystyczny*, PWE, Warszawa 2005, s. 23.

⁷ W szerszym ujęciu o terytorialnym zasięgu pojęcia Śląsk Opolski: K. Heffner, *Regionalizm Opolskiego i jego cechy z punktu widzenia procesów osadniczych*, w: *Śląsk Opolski. Region i jego struktura*, red. S. Malarski, Opole 1992.

⁸ W niniejszej książce pojęcie Śląsk Opolski zostało użyte jako określenie terenów historycznego Górnego Śląska pozostających w granicach Niemiec.

Aktywność obywatelska, z kolei w ujęciu niniejszego opracowania będzie szerokim konglomeratem aktywności podejmowanych przez społeczność lokalną na danym terenie głównie przejawiająca się w kreowaniu i angażowaniu się w inicjatywy mające na celu szeroko pojmowany rozwój turystyki w województwie opolskim. Szczegółowe objaśnienia terminów znajdują się w dalszej części pracy.

1. Rozwój społeczny jako przedmiot analizy socjologicznej

1.1 Teorie rozwoju społecznego jako podstawa analityczna rozwoju turystyki

Genealogia teorii rozwoju społecznego jest niezwykle dawna i sięga najwcześniejszych filozofów starożytnej Grecji m.in. Heraklita z Efezu oraz Platona. Jest to związane z tym, że fakt zmienności świata jest oczywistą konstatacją każdego niemal obserwatora życia społecznego. W każdym miejscu kuli ziemskiej oraz w każdym czasie można zauważyć, iż społeczności ludzkie, wytwory człowieka, a także jego idee oraz wartości podlegają zmianom. Świat społeczny nie jest po prostu czymś niezmiennym oraz raz na zawsze danym.

Wiele sfer życia społecznego stanowi impuls zmiany, są swoistym kołem zamachowym zmian dokonujących się w społeczeństwie. Mogą to być m.in. przemiany w sferze: kulturowej, gospodarczej, wartości.

Bodźców, które w największym stopniu wpływają na procesy dynamiki społecznej należy doszukiwać się w sferze kultury. To przemiany kulturowe generują zmiany w innych sferach życia społecznego. Dominującym podejściem w tym ujęciu była teoria ewolucjonistyczna, która opiera się na przekonaniu o nieustannym, stopniowym, całościowym oraz kumulatywnym charakterze zmian. Natomiast w końcu XIX w. tacy antropolodzy społeczni jak Friedrich Ratzel, Franz Boas oraz Alfred Kroeber podjęli refleksję nad innym mechanizmem przemian kulturowych, zwanych dyfuzją. Istotę podejścia dyfuzjonistycznego oddają najlepiej słowa Ralpha Lintona: „Gdyby każda grupa ludzka musiała piąć się wzwyż własnym trudem, bez żadnego oparcia, postęp byłby tak powolny, iż wątpić można, czy do tej pory jakiekolwiek społeczeństwo wyszłoby poza poziom epoki kamiennej. Względnie szybki rozwój kultury ludzkiej jako całości zawdzięczamy zdolności społeczeństw do zapożyczania od innych kultur i włączania ich w obręb własnej”.⁹

Zasadniczą tezę dyfuzjonizmu można zatem streścić następująco. Wynalazczość oraz nowatorstwo odgrywają marginalną rolę w społeczeństwie.

⁹ R. Linton, *Dyfuzja*, tłum. U. Niklas w: W. Derczyński, A. Jasińska-Kania, J. Szacki (red.), *Elementy teorii socjologicznych. Materiały do dziejów współczesnej socjologii zachodniej*, PWN, Warszawa 1975, s. 261.

Podstawowym czynnikiem zmiany jest zdolność przejmowania istniejących już wzorców oraz wynalazków z innych kultur. Nie jest to jednak tylko ich bierne przenoszenie oraz kopiowanie. Określony element kultury podlega zawsze dostosowaniu do potrzeb oraz wymogów konkretnego społeczeństwa, reinterpretacji oraz włączeniu do dziedzictwa kultury. Często pewne wynalazki techniczne, które obiektywnie przyczyniłyby się do poprawy warunków pracy oraz zwiększenia wydajności, są przejmowane (albo nie są wcale) w stopniu bardzo ograniczonym. Naruszałoby to bowiem organizację oraz hierarchię społeczną w grupie, odwieczny podział pracy, a także normy estetyczne oraz religijne.¹⁰

Wspólnym mianownikiem badań Neila Smelsera, Herberta Blumera oraz Samuela Eisenstadta była teza, iż podstawowym czynnikiem zmiany społecznej jest sfera gospodarki. To przemiany w sposobie produkcji, generują przemiany we wszystkich innych sferach życia społeczeństwa. Z tym poglądem można spotkać się również w tezach marksistów. Pierwsze zdanie manifestu komunistycznego, mówiące, że historia jest historią walk klasowych, jest swego rodzaju streszczeniem historiozofii Marksa i Engelsa. To stosunek do środków produkcji, a więc sfera gospodarki, był kluczowym czynnikiem przemian społecznych we wszelkich innych dziedzinach, również w turystyce.

Na uwagę zasługuje również proces społeczny zapoczątkowany przez rewolucję przemysłową na przełomie XVIII i XIX w. w Europie Zachodniej, obecny później także w innych częściach świata. Proces ten zwany industrializacją polegał na rozwoju wielkich zakładów przemysłowych na dużą skalę, wytwarzających produkty przy użyciu skomplikowanych maszyn oraz urządzeń technicznych. Bezpośrednią konsekwencją rozwoju przemysłu były zmiany w strukturze zatrudnienia. Małe zakłady rzemieślnicze, oparte głównie na produkcji ręcznej, wytwarzające produkty w małej ilości upadły ponieważ nie wytrzymały konkurencji z wielkimi fabrykami. Oznaczało to, iż dotychczasowi rzemieślnicy zasilili szeregi klasy robotniczej, pracujący na własny rachunek stali się pracownikami najemnymi. Proces industrializacji dotknął w znacznym stopniu również ludność wiejską. Wzrost wydajności produkcji rolnej – z jednej strony, a z drugiej – właśnie potrzeba rąk do pracy w przemyśle, zmusiły

¹⁰ Z. Bauman, *Kultura i społeczeństwo. Preliminaria*, PWN, Warszawa 1966, s. 325.

niejako do przemieszczenia ludności ze wsi do miast. Przesunięcie mas ludzkich od wiejskich do miejskich warunków życia miało kluczowy wpływ na ukształtowanie się nowego stylu życia. Nastąpiły zmiany organizacji pracy, zmiany w relacjach międzyludzkich, zmian w standardzie życia, przemian w systemie wartości, norm i kontroli społecznej.

Można wymieniać bardzo wiele zmian w życiu zarówno jednostek jak i społeczeństw, zmian, które zostały uruchomione w wyniku industrializacji. Oprócz przemian gospodarczych, należy wskazać na sferę struktury społecznej (wzrost mobilności społecznej), zmiany w strukturze rodziny (zanik rodziny wielopokoleniowej), rozwój miast oraz metropolii, a także pojawienie się nowych cech, które zaczęły stanowić społeczne wyzwanie m.in. przestępczość, bezrobocie, dzielnice nędzy.

Z kolei rozważania Maxa Webera dotyczące wpływu etyki protestanckiej na rozwój kapitalizmu to klasyczny przykład stanowiska uznającego sferę wartości jako źródło zmiany społecznej. Analiza Maxa Webera zawiera cały szereg różnych istotnych oraz ciekawych spostrzeżeń. Jednak z punktu widzenia rozwoju społecznego istotne jest, iż pod warstwą systemu religijno-moralnego dokonuje się przebudowa sfery gospodarki oraz życia społecznego. Ludzie w swoim przekonaniu dążą do zbawienia, a niejako produktem ubocznym tego dążenia jest rozwój kapitalizmu. Ogólny wniosek wyłania się więc następujący: głębokie zmiany społeczne możliwe są wówczas, kiedy drogę torują im przemiany systemu wartości.¹¹ Istotną kategorię w etyce protestanckiej jest pojęcie zawodu-powołania. Człowiek nie może biernie oczekiwać na sprzyjające mu okoliczności, nie może poddawać się rezygnacji. Jego zadaniem, zgodnie z ewangeliczną przypowieścią o talentach, jest nicustanne poszukiwanie najlepszych form działania, najbardziej zgodnych z wolą Bożą oraz najlepiej rozwijających jego zdolności oraz umiejętności. Człowiek ma być twórczym przedsiębiorczy, ma poszukiwać nowych wyzwań, stawiać czoła trudnościom. Jedną z teorii socjologicznych, które znajdują zastosowanie w analizowaniu rozwoju turystyki jest teoria wymiany, u podstaw, której funkcjonuje reguła wzajemności. Zwolennicy tej teorii uważają, że stosunki społeczne są wymianą pomiędzy ich

¹¹ A.W. Jelonek, K. Tyszką, *Koncepcje rozwoju społecznego*, Wyd. Scholar, Warszawa 2001, s. 15.

uczestnikami. Ludzie ponoszą koszty, inwestują, by osiągnąć korzyści. Na gruncie tej teorii społeczeństwo oraz kultura powstają oraz istnieją dlatego, iż przynoszą korzyści, lecz nie zawsze mają postać materialną bądź finansową. W wymianie pomiędzy ludźmi często chodzi o dobra mniej namacalne m.in. przynależność do grupy, władzę, kontrolę, szacunek, miłość, dumę, poważanie, dobre samopoczucie albo zasoby wpływające na identyfikację oraz samoocenę i spajające społeczeństwo.¹² Wartość mają osoby, grupy oraz instytucje dysponujące poszukiwanymi dobrami – materialnymi oraz niematerialnymi. Ich wymiana może następować w zamian za inne dobra. Jednostki mało zasobne w dobra mogą oddawać swoją uległość, dzięki czemu dysponent dóbr rozszerza zakres kontroli oraz władzy.

1.2 Przegląd czynników rozwoju regionalnego oraz lokalnego

Rozwój lokalny to długotrwały proces zmian jednostek terytorialnych. Zmiany te posiadają charakter celowy, a więc są ukierunkowane na zaplanowaną poprawę stanu aktualnego. W związku z tym pojęcie rozwoju lokalnego odnosi się do dwóch kluczowych terminów: „terytorium” (np. sołectwa, gminy) i „zmiany”. Terytorium (Rysunek 1) to środowisko przestrzenne, wspólnota mieszkańców, którzy żyją w wymienionej przestrzeni, różnego rodzaju związki organizacyjne, a także system zarządzania jednostką terytorialną. Rozwój lokalny obejmuje zmiany w aspekcie każdego z tych elementów. Charakter zmian może być związany z następującymi aspektami:

- Natury oraz horyzontu czasowego zmiany, a więc odpowiedzi na pytania: na czym polega zmiana, co ulega zmianie oraz w jakim przedziale czasowym dokonujemy porównania stanów przed oraz po zmianie?
- Siły sprawczej zmiany, a więc odpowiedzi na pytanie: dlaczego zachodzi proces zmiany, jakie są jego źródła oraz powody?¹³

¹² J. Turner, *Socjologia. Koncepcje i ich zastosowanie*, Wyd. Zysk i S-ka, Poznań 1998, s. 30.

¹³ A. Noworól, *Planowanie rozwoju terytorialnego w skali regionalnej i lokalnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007, s. 35.

W literaturze przedmiotu można odnaleźć typowe cele, wokół których koncentruje się rozwój lokalny. Można wyszczególnić ogólny model rozwoju lokalnego, który obejmuje:

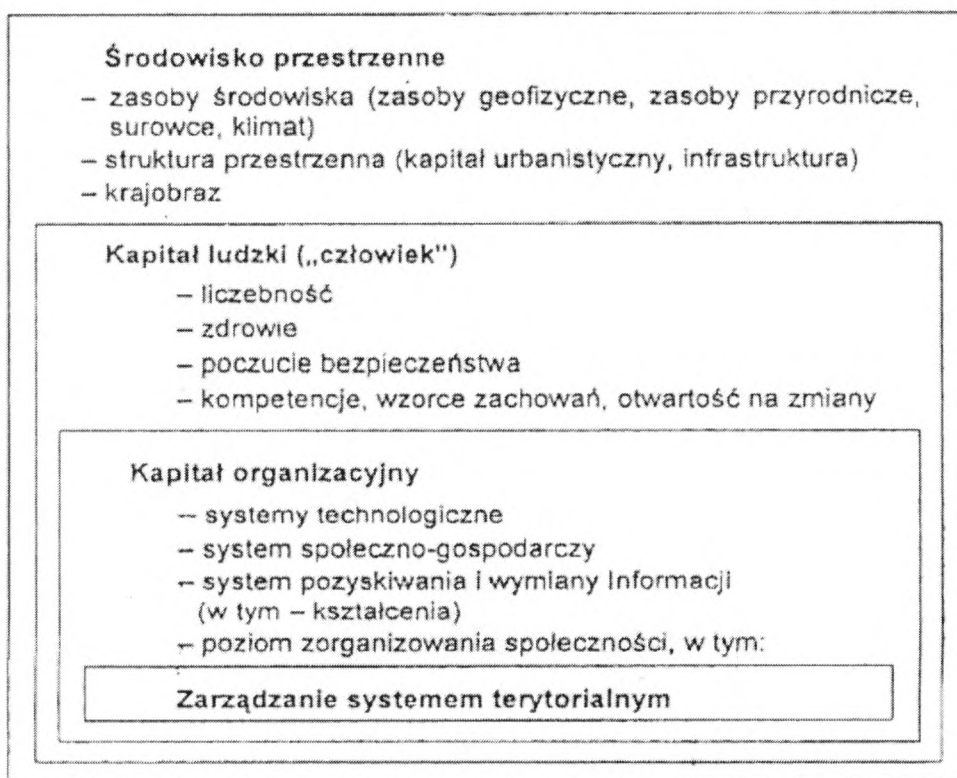
- Tworzenie instytucji rozwoju lokalnego,
- Rozwój alternatywnej produkcji oraz usług,
- Podnoszenie na wyższy poziom oraz uaktualnianie kwalifikacji miejscowej siły roboczej dla podjęcia nowej produkcji albo polepszenia jakości produkowanych wyrobów,
- Tworzenie oraz poszukiwanie rynków zbytu dla produkowanych wyrobów,
- Transfer oraz dyfuzję technologii oraz wiedzy,
- Podnoszenie na wyższy poziom techniki stosowanej w istniejących zakładach oraz usprawnianie organizacji istniejących instytucji gospodarczych,
- Materialne, organizacyjne, ekonomiczne oraz techniczne wspieranie inicjatyw na rzecz wykorzystania lokalnych zasobów.¹⁴

Natomiast rozwój regionalny, najbardziej ogólnie rozumiany jest jako proces wszelkich zmian zachodzących w regionie.¹⁵ Rozwój regionalny może przybrać postać progresywną (zmiany pozytywne) oraz regresywną (zmiany negatywne). Rozwój ten, jako proces heterogeniczny oraz wielowymiarowy, bywa konceptualizowany na różnych poziomach uogólnienia oraz w odniesieniu do różnych dziedzin działalności społeczno-ekonomicznej. Takie kontekstowe posługiwanie się pojęciem rozwoju skłania do rozumienia go bardziej w kategoriach abstrakcyjno-filozoficznych, które nie zawsze znajdują zastosowanie w empirycznych studiach regionalnych.¹⁶

¹⁴ J. Parysek, *Podstawy gospodarki lokalnej*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2001, s. 50.

¹⁵ W. Kosiedowski, *Teoretyczne problemy rozwoju regionalnego*, W: W. Kosiedowski (red.), *Zarządzanie rozwojem regionalnym i lokalnym. Problemy teorii i praktyki*, Dom Organizatora, Toruń 2001, s. 28.

¹⁶ J. Parysek (red.), *Rozwój regionalny i lokalny w Polsce w latach 1989 – 2002*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań 2004, s. 13.



Źródło: A. Noworól, *Planowanie rozwoju terytorialnego w skali regionalnej i lokalnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007, s. 21.

Kluczowym problemem w naukach społecznych, czy ekonomicznych jest poszukiwanie dróg oraz metod, które prowadzą do optymalnego rozwoju społecznego, czy gospodarczego. Z uwagi na wzrastające dysproporcje przestrzenne istotne znaczenie w tych poszukiwaniach mają koncepcje, które dotyczą rozwoju regionalnego oraz lokalnego, zwłaszcza próby zdefiniowania jego mechanizmów, a także czynników oraz warunków formułujących ten proces.¹⁷

Uogólniając czynniki rozwoju można podzielić na:

- Czynniki ekonomiczne:
 - Czynniki wewnętrzne np. zdywersyfikowana struktura gospodarcza, specyfika regionalnego lub lokalnego rynku pracy, wielkość regionalnego albo lokalnego rynku usług oraz dóbr oraz występujące tam mechanizmy, wielkość kapitału zaangażowanego w region,

¹⁷ P.Churski, *Rozwój regionalny w warunkach transformacji gospodarczej i integracji europejskiej*. W: (red.) S.Ciok, D.Ilnicki. *Przekształcenia regionalnych struktur funkcjonalno-przestrzennych. Regionalny wymiar integracji europejskiej*, Instytut Geografii i Rozwoju Regionalnego Uniwersytet Wrocławski, Wrocław 2004, s. 31-45.

- Czynniki zewnętrzne np. sytuacja makroekonomiczna w kraju oraz za granicą, w także możliwości wsparcia zewnętrznego, bądź napływ inwestycji zagranicznych oraz krajowych,
 - Czynniki technologiczne oraz techniczne np. jakość oraz poziom kapitału trwałego, rozwój zaplecza wdrożeniowego oraz techniczno-badawczego, jakość produkcji, struktura rzeczowa aparatu wytwórczego, rozwój przemysłów wysokiej technologii, rozwój oraz doskonalenie infrastruktury technicznej.
- Czynniki społeczno-kulturowe oraz polityczne takie jak na przykład ruch naturalny i zmiany w strukturze ludności, zmiany w stylu oraz poziomie życia, zmiany w poziomie wykształcenia, przedsiębiorczość oraz innowacyjność władz oraz społeczeństwa, sprawność funkcjonowania samorządów terytorialnych, udział społeczeństwa w podejmowaniu decyzji regionalnych oraz lokalnych.
 - Czynniki ekologiczne, na przykład występowanie zasobów naturalnych, racjonalizacja gospodarowania zasobami naturalnymi, postęp w aspekcie ochrony środowiska naturalnego, kultura oraz świadomość ekologiczna społeczeństwa, a także efektywność stosowania pozackonomicznych i ekonomicznych instrumentów ochrony środowiska.
 - Czynniki przestrzenne, na przykład właściwości fizyczne, zagospodarowanie terenu oraz korzyści położenia, charakter oraz tempo procesów urbanizacji, dostępność przestrzenna.¹⁸

Uzupełnieniem powyższej klasyfikacji może być wyszczególnienie najbardziej klasycznych barier rozwoju, którymi są między innymi niedorozwój infrastruktury technicznej (również społecznej), niedorozwój budownictwa mieszkaniowego, brak wolnych obszarów dla nowej działalności gospodarczej, brak wykwalifikowanych kadr, dewastacja środowiska naturalnego, brak zasobów finansowych na wspieranie rozwoju regionalnego oraz lokalnego.¹⁹ Bariery rozwoju mogą być postrzegane w

¹⁸ W. Kosiedowski (red.), *Samorząd terytorialny w procesie rozwoju regionalnego i lokalnego*, TNOiK Dom Organizatora, Toruń 2005, s. 64-65.

¹⁹ B. Filipiak, M. Kogut, A. Szewczuk, M. Ziolo, *Rozwój lokalny i regionalny. Uwarunkowania, finanse, procedury*, Fundacja na rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2005, s.76.

dwóch perspektywach: aktualnego etapu rozwoju społeczno-gospodarczego kraju, a także stosowanych przez władze mechanizmów pobudzania rozwoju. W pierwszym aspekcie, bariery rozwoju mogą być postrzegane na tle pozostałych państw rozwiniętych, do których Polska jest również zaliczana. Bariera rozwojowa to gorsza pozycja życiowa Polaka w odniesieniu do ludności państw, z którymi jest dokonywane porównanie. W odniesieniu do rozwoju lokalnego korzystne jest ujęcie barier poprzez analizę typowych ograniczeń, związanych ze stanem lokalnych zasobów, a także mechanizmów stymulowania rozwoju.²⁰

Rodzaje czynników rozwoju regionalnego oraz metody ich systematyzacji są uzależnione od koncepcji teoretycznych. Model neoklasyczny zakłada, iż produkcja regionu oraz jego rozwój zależą od dostępności czynników produkcji, tj. pracy oraz kapitału, a także rozwoju technologicznego. Z kolei teorie popytowe, zwracają szczególną uwagę na słuszność stosowania interwencjonizmu władz jako jednego z czynników rozwoju, a także zakładają coraz większą liczbę czynników m.in. popyt zewnętrzny (eksport), popyt wewnętrzny, innowacje organizacyjne oraz techniczne, a także korzyści skali.

Aktualnie w ekonomii regionalnej są stosowane teorie zarówno teorie popytowe jak i neoklasyczne. Szczególny nacisk jest kładziony na gromadzenie szeroko rozumianego kapitału ludzkiego obejmującego innowację oraz wiedzę, a także wspólne traktowanie kilku czynników, które wpływają na rozwój. Istotne znaczenie posiada endogeniczna koncepcja rozwoju regionalnego, według której rozwój jest generowany przez regionalne endogeniczne zasoby społeczne oraz fizyczne. Duże znaczenie w tym procesie mają średnie oraz małe firmy, których cechą charakterystyczną jest elastyczność oraz efektywnie prowadzona polityka regionalna, która sprzyja inwestowaniu miejscowego kapitału w rozwój edukacji oraz działalność badawczo-rozwojową, a także promującą aktywność innowacyjną organizacji. Kluczowym elementem dla polityki rozwoju endogenicznego jest promocja lokalnej

²⁰ A. Noworól, *Bariery rozwoju lokalnego w Polsce*, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Administracji Publicznej w Szczecinie nr 1/2008, Szczecin 2008, s. 21 – 37.

infrastruktury społecznej oraz materialnej, która ma możliwość zwiększania miejscowego potencjału rozwoju.²¹

1.3 Zmiana społeczna

Zmiana społeczna w literaturze przedmiotu traktowana jest w sposób bardzo szeroki, obejmując wszystkie przemiany jakie zachodzą w społeczeństwie z zakresie stworzonych instytucji i składu systemu społecznego, obowiązujących norm i relacji, pełnionych przez jednostki, funkcji społecznych oraz zmian z zakresie struktury społecznej danego obszaru. Można zatem powtórzyć za P. Sztompką, że zmiana społeczna to różnica „między stanem systemu społecznego (grupy, organizacji) w jednym momencie czasu i stanem tego samego systemu w innym momencie czasu”²². Aby w ogóle mówić o zmianie społecznej wskazane zmiany muszą mieć odpowiedni zakres i rozpiętość – musi to być zasadnicza i trwała zmiana dotycząca grupy społecznej. Dlatego też, kiedy pojawia się pojęcie zmiany społecznej najczęściej akcentowane jest pojawienie się czegoś nowego, jakiegoś nowego zjawiska, które dało się zaobserwować w określonym czasie i które w znaczący sposób odbiega od stanu poprzedniego. W niniejszych rozważaniach nie będzie podjęta próba zdefiniowania pojęcia zmiany społecznej – również z tego względu, iż w literaturze socjologicznej dotyczącej tego zagadnienia podkreśla się trudność podania definicji zmiany, a każda teoria definiuje zmianę w oparciu o swoje założenia teoretyczne. Ogólnie można zatem stwierdzić, że pojęcie zmiany pojawia się wszędzie tam, gdzie konieczne jest dokonanie opisu stosunków społecznych, wytworów kultury danego społeczeństwa lub struktury społecznej oraz jej elementów. Wskazuje się przy tym, że zmiana nieodłącznie wiąże się z rozwojem, dlatego też nie można jej interpretować w oderwaniu od logiki dziejów ludzkości. Może to być zarówno model linearnego rozwoju (nieustanny postęp i zmiany kierunkowe, w których każdy następny etap ma

²¹ P. Churski, *Czynniki rozwoju regionalnego w świetle koncepcji teoretycznych*, Wyższa Szkoła Humanistyczno-Ekonomiczna we Włocławku, Włocławek 2008, s. 21-40.

²² P. Sztompka: *Socjologia zmian społecznych*. Kraków: Znak, 2005, s. 20-21. Por. Wcześniejsze prace tego autora: *Socjologia*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2004, s. 437.

charakter rozwojowy wobec poprzedniego), jak też model cykliczny (zmiana powracająca powtarzająca się w określonej kolejności faz rozwoju)²³.

W podejmowanych w literaturze próbach wyjaśnienia definicji zmiany społecznej wskazuje się bardzo często na różne czynniki oraz poszukuje się przyczyn zachodzących zmian. Dokonuje się przy tym różnych interpretacji powstawania mechanizmu zmian i ich kierunku, wskazując jednocześnie, że bez właściwego rozpoznania tych zagadnień nie da się w pełni rozumieć życia społecznego. A skoro nie da się go zrozumieć, nie jest również możliwe kreowanie określonych procesów oraz wskazać natury zmian. To właśnie naturą zmian społecznych zajęła się socjologia historyczna, która zajmując się zmianą i jej mechanizmami podejmuje jednocześnie próby opisu przebiegu zjawisk odpowiedzialnych za charakter i przebieg zmian. Zjawiska te mogą mieć zarówno charakter lokalny i wiązać się z określonymi charakterystycznymi tylko dla danego obszaru zjawiskami lub też być wynikiem zjawisk związanych z rozwojem gospodarki rynkowej i uczestnictwem społeczeństwa w tych przemianach. Jednocześnie, mimo iż zjawiska te dotyczyły nowoczesności, w ich wyjaśnianiu socjologia sięgała do przeszłości, do materiałów pozwalających na poznanie historycznych podstaw tych zmian, niezbędnych do dokonania rekonstrukcji przeszłości. Tym samym można za Kolasą – Nowak wskazać, że socjologia historyczna zajmując się zagadnieniem zmian obejmuje takie zagadnienia jak²⁴:

- opis przeszłych wydarzeń i procesów społecznych zachodzących w badanych, konkretnych społecznościach w różnych, ale precyzyjnie określonych przedziałach czasu. Uwaga kierowana jest zarówno na zagadnienia ogólne, typowe dla danej społeczności, jak też zjawiska nietypowe, które jednak miały znaczący wpływ na zachodzące w całej społeczności zjawiska,
- próba określenia związków między ustalonymi faktami historycznymi oraz dążenie do odtworzenia konkretnego – bardzo często unikalnego i niepowtarzalnego oraz trudnego do jednoznacznego określenia – przebiegu

²³ P. Sztompka: *Socjologia zmian*, op. cit. s. 48 i nast.

²⁴ A. Kolasa-Nowak, Socjolog w poszukiwaniu przeszłości: socjologia historyczna Charlesa Tilly'ego, "Studia socjologiczne" nr 4, 2001, s. 11-42. Por. tej sam autorki: *Polskie studia nad transformacją – kierunki konceptualizmu*, Nauka nr 4, 2005, s. 117-132.

zdarzeń. W tym przypadku mniej istotne są ogólne tendencje, znacznie ważniejsze są szczegóły i unikalne cechy oraz zjawiska. Te zadania wymagają przywiązywania wagi do szczegółu, zwracania uwagi na cechy jednostkowe i właściwości unikalne.

- udzielenie odpowiedzi na fundamentalne dla socjologii pytanie dotyczące warunków i rozwoju społeczeństwa oraz powstania społeczeństw nowoczesnych – zwłaszcza sieci demokratycznych i kapitalistycznych państw narodowych. Pytania dotyczą zatem przebiegu różnych procesów i ich wzajemnych oddziaływań oraz warunków, które pozwoliły na powstanie nowoczesnego państwa narodowego, rozprzestrzenienie się gospodarki kapitalistycznej oraz zmiana struktury społeczeństw podlegających tym przemianom.

Wskazane zagadnienia wprowadzą wprost do bardzo ważnego zagadnienia jakim są zmiany modernizacyjne dotyczące głównie wzrostu aktywności społecznej jednostek oraz ich działania w sferze publicznej. W ten sposób socjologia wkracza na teren zagadnień dotyczących demokratyzacji życia społecznego. Przedmiotem zainteresowania staje się nie tyle sam proces, co przyczyny, które kierowały ludźmi biorącymi udział w protestach społecznych. Socjologów interesują zatem bodźce, które prowadzą do mobilizacji i tworzenia ruchów społecznych.

Spójrzmy jednak przez chwilę jeszcze na to zagadnienie ujmowane z perspektywy Amitaia Etzioniego zmiana jest stałym elementem życia społecznego. Wszystkie społeczeństwa doświadczają zmian społecznych – istotnych zmian wzorów kultury oraz struktury społecznej, które znajdują odbicie w zachowaniach społecznych. Pewne społeczeństwa, takie jak małe pleniona zamieszkujące odległe rejony Ameryki Południowej, zmieniają się powoli. Inne, jak w Stanach Zjednoczonych, znacznie szybciej. Zmiany te przebiegają w różnych kierunkach. W niektórych krajach (np. Polska) następuje polityczna liberalizacja, w innych (takich jak Chiny) zaostrzają się represje polityczne. Pewne zmiany społeczne są planowane, np. kiedy rząd wpływa na funkcjonowanie przedsiębiorstw albo postanawia z tego

zrezygnować, a inne nieplanowane, np. kiedy w kraju, który przegrał wojnę, zmienia się struktura władzy. Pewne zmiany są krótkotrwałe, jak w przypadku „szału” oraz mody, a inne długotrwałe, jak w przypadku skutków wynalezienia samochodu. Istnieją zmiany szybko akceptowane przez społeczeństwo, jak program poprawy opieki zdrowotnej. Jednak większość zmian, jak w przypadku walki feministek o równouprawnienie kobiet, wywołuje w społeczeństwie przeważnie przynajmniej umiarkowane kontrowersje.²⁵

Zmiany nie zachodzą bez przyczyny. Są uzależnione od wielu czynników, takich jak: środowisko naturalne, procesy kulturowe, struktura społeczna, ludność, nauka oraz technika, a także działalność ludzka. Jedną z przyczyn występowania zmian społecznych jest środowisko naturalne. Cofnięcie się lodowca ok. 13 tys. lat temu doprowadziło do wzrostu powierzchni oraz rozwoju rozmaitych form zwierzęcych, co wywarło wpływ na ewolucję różnych typów społeczeństw. Przykład ten jest związany z efektem cieplarnianym – wzrostem średniej temperatury powietrza na świecie na skutek emisji do atmosfery dwutlenku węgla oraz freonu. Panują rozmaite opinie w kwestii zasięgu i kosztów zmian społecznych niezbędnych do osłabienia zagrożeń dla ludzkiej egzystencji, wiążących się z tym efektem. Globalne ocieplenie może doprowadzić do częściowego stopienia się pokrywy lodowców, co spowoduje podniesienie się poziomu morza. Ta zmiana, przy równoczesnym wzroście temperatury powietrza, może zmusić niektóre społeczeństwa do zmiany miejsca zamieszkania, a inne do zmiany struktury uprawy ziemi itp..

Procesy kulturowe są kolejnym czynnikiem wywołującym zmiany społeczne. Kultura rzadko jest statyczna. Zmieniają się zarówno jej aspekty materialne, jak i niematerialne. Samochód oraz samolot, nie wspominając o instalacji wodno-kanalizacyjnej w nowoczesnych mieszkaniach, zmieniły charakter życia społecznego. W zbliżony sposób różnią się nowoczesne normy „grzeczności” od norm obowiązujących w średniowieczu. Zmiany te zachodzą dzięki takim procesom kulturowym jak: wynalazek, odkrycie oraz szeroko rozumiana dyfuzja. Czasami przyczyna zmian tkwi w strukturze społecznej. Przyjęto, iż głównym źródłem zmian jest klasowa struktura społeczeństwa. To źródło zmian wpływa także z innych

²⁵ N. Goodman, *Wstęp do Socjologii*, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań 2001, s. 337.

rodzajów nierówności społecznej. Potencjalnym czynnikiem zmian społecznych są różnice pomiędzy grupami rasowymi, religijnymi oraz etnicznymi, a także różnica płci. Niekiedy przyczyną zmian społecznych jest również konkurencja pomiędzy dziedzinami gospodarki albo w ich obrębie, jak w przypadku państwowej polityki handlowej, które wspiera pewne gałęzie przemysłu kosztem innych.²⁶

Zmiany społeczne mogą być także skutkiem zmian ludności. Szybki przyrost ludności zagraża trwałości zasobów społeczeństwa oraz wymaga zastosowania dostępnych środków zaradczych. Wymusza również zmianę wzorów życia społecznego. Wzrost liczby ludności w miastach zmienił powolny rytm życia w małych skupiskach miejskich w gorączkowe tempo życia w nowoczesnych aglomeracjach. Wyż demograficzny, który zaczął się w latach czterdziestych, doprowadził do rozwoju instytucji edukacyjnych. Zbyt niski przyrost ludności może jednak w przyszłości zagrażać egzystencji społeczeństwa, ponieważ zbyt mało pracowników nie będzie w stanie wyprodukować dostatecznej ilości niezbędnych zasobów.

Wiedza naukowa prowadzi do postępu w technice, która jest źródłem zmian społecznych. Skonstruowanie i rozwój samochodu zrewolucjonizował stosunki społeczne. Ludzie zyskali swobodę poruszania się, skutkiem czego osłabła ich więź z najbliższym sąsiedztwem oraz społecznością. Mogą oni teraz mieszkać i pracować w rozmaitych miejscach. Wynalazek samochodu zmienił stosunki pomiędzy kobietami oraz mężczyznami. Zmienił między innymi sposób umawiania się na spotkania oraz spędzania czasu wolnego.

Zmianę społeczną może spowodować także indywidualna albo zbiorowa działalność licznych jednostek. Wielu historyków opisuje dzieje ludzkości z punktu widzenia „teorii wielkich ludzi”, zgodnie z którą historia tworzona jest przez najwybitniejsze jednostki. Są to wyjątkowe jednostki, których działania zmieniły bieg dziejów. Gdyby ci ludzie się nie urodzili, głosi owa teoria, świat byłby zupełnie inny. Jednak zmiany społeczne są zazwyczaj rezultatem działalności dużej liczby jednostek. Wiele współczesnych państw powstało w wyniku rewolucji społecznych. Początkiem

²⁶ Tamże, s. 338.

wielu religii światowych były różnego rodzaju ruchy społeczne. Rozwój tych religii zmienił z kolei, dzieje ludzkości.²⁷

W literaturze przedmiotu można znaleźć akcentowanie pewnego specyficznego obrazu społeczeństwa, współczynnika podmiotowego rzeczywistości społecznej. Składa się na niego zespół pewnych znaczących założeń ontologicznych. Po pierwsze, społeczeństwo stanowi proces, a więc nieprzerwaną, płynną sekwencją zmian. Nie da się wyobrazić społeczeństwa w stanie niezmiennym. Po drugie, zmienność ta wynika ze źródeł wewnątrzspołecznych, endogennych, co nadaje jej charakter samoprzekształceń. Po trzecie, końcowym motorem procesów oraz zmian społecznych jest podmiotowe sprawstwo jednostek oraz zbiorowości społecznych, przejawiane w ich działaniach. Nic nie dzieje się w społeczeństwie samo, automatycznie, w wyniku losu bądź historycznej konieczności. Wszystkie zmiany są produktem ludzi. Po czwarte, różnorodność oraz wielość podmiotów, sprawia, iż cele, kierunek i dynamika zmian społecznych są zawsze przedmiotem konfliktów, sporów oraz walki. Efekt pojawia się w starciu, jako „wypadkowa” pluralistycznych sił. Po piąte, każde działanie pojawia się w kontekście istniejących struktury, które to struktury działanie samo z kolei formułują. Po szóste, zarówno struktury, jak i podmioty posiadają byt dwoisty. Dwoistość struktur wyraża się w tym, że są zarazem determinujące oraz determinowane. Natomiast dwoistość podmiotów w tym, iż zarazem formułują oraz są formułowane. Po siódme, nieustanne, zmienne współgranie podmiotów oraz struktur – raz kształtujących, raz kształtowanych odbywa się w czasie, czyniąc z procesu społecznego sekwencję alternatywnych faz: kreatywności podmiotowej oraz determinacji strukturalnej.²⁸

Państwo, zdaniem Amitai'a Etzioniego, musi bezpośrednio służyć społeczeństwu. Jego teoria sterowania w „społeczeństwie aktywnym” zwraca uwagę na poszukiwanie takich źródeł społecznej zmiany, które od samego początku cieszą się akceptacją społeczną, a które realizowane są przez państwo, zdolne uformować właściwe systemy kontroli społecznej.²⁹ Według autora silna władza centralna, mająca zdolność mobilizacji społeczeństwa, jest niezwykle pożądana, w szczególności w

²⁷ Tamże, s. 341.

²⁸ P. Sztompka, *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2002, s. 391.

²⁹ A. Etzioni, *A Theory of Societal and Political Process*, The Active Society Nowy Jork 1968, s. 466 – 467.

pluralistycznych społeczeństwach zachodnich, gdzie przeważająca większość społecznych zasobów znajduje się pod kontrolą poszczególnych jednostek, a nie pod kontrolą społeczeństwa.

Etzioni sądzi, że ludzkie wspólnoty istnieją dzięki „złotej regule”, czyli równowadze pomiędzy podporządkowaniem się, a autonomią. Na podporządkowaniu się normom obowiązującym w grupie opiera się porządek oraz ład społeczny. Uczestnictwo obywateli w budowaniu oraz funkcjonowaniu społecznego porządku jest dla nich korzystne, ponieważ zwiększa ich możliwości korzystania z tego porządku w postaci wymiany doświadczeń, usług oraz dóbr, a także w postaci bezpieczeństwa. „Złota zasada” wyraża się w słowach: jeżeli chcesz aby społeczeństwo respektowało oraz wspierało twoją autonomię, to wspieraj oraz respektuj porządek społeczeństwa. Jednak równowaga tego typu może zostać zachwiana, jeżeli obywatele przedłożą jedną wartość ponad drugą. Może wówczas dojść do zdominowania jednostki przez wspólnotę albo do wyizolowania się jednostek, co z kolei może skutkować upadkiem wspólnoty. W związku z takim podejściem generatorem zmian społecznych stał się zwykły człowiek, w zwykłej społecznej akcji, w zwykłym codziennym działaniu.³⁰ Filozofia komunitarystyczna Etzioniego jest nie tylko pasywnym dowodzeniem ważności tego ujęcia, ale również jej elementem jest aktywność w odnoszeniu się do jej zapisów. Szeroka dyskusja społeczna na każdym poziomie oraz ciągle prowadzenie dialogu społecznego według Etzioniego pozwolą na prowadzenie akceptowanych zmian społecznych.³¹

Odchodząc od ogólnych rozważań teoretycznych skupić należy się na zmianie społecznej w Polsce. Wcześniejsze rozważania pozwalają zrozumieć, w jaki sposób socjolodzy próbują wyjaśniać wydarzenia zapoczątkowane w Polsce w latach 80 XX wieku. Zrozumiałe stanie się również sięganie do przeszłości i szukanie przyczyn zmian zachodzących w kolejnych dziesięcioleciach. Fenomen polskiej zmiany społecznej sięga bowiem pierwszych ruchów społecznych w latach 70. oraz

³⁰ A. Szczap, *Idea społeczeństwa obywatelskiego w komunitaryzmie*, Rocznik Lubuski tom XXIX, cz. I/2003, s. 75 – 93.

³¹ A. Etzioni, *The Spirit of Community. The Reinvention of American Society*, A Touchstone Book, New York 1994, s. 18.

dokonujących się po sierpniu 1980 roku. Jak wskazuje J. Narojek w polskiej socjologii horyzont badań ograniczany był do ram i realiów PRL, a socjolodzy doszukiwali się podstaw zmiany w istniejącym ówczesnie kryzysie i konflikcie społecznym, który w efekcie doprowadził do delegitymizacji systemu realnego socjalizmu. Stawiano również pytania o przyczyny i warunki tak szerokiej mobilizacji społecznej, która doprowadziła do stworzenia masowego ruchu społecznego. Znacznie później pojawił się kolejny problem socjologiczny – rozwój społeczeństwa obywatelskiego oraz konieczność wyjaśnienia przyczyn oddolnej aktywności społecznej³². Od lat 70. otoczenie stawało się coraz bardziej złożone i dynamiczne, ale dopiero z początkiem lat 90. dokonały się i stałe zmiany społeczno-gospodarcze. Źródła tych zmian mają zarówno charakter wewnętrzny, jak i zewnętrzny. Do pierwszej grupy zaliczany jest wzrost świadomości społecznej i aspiracjami uczestników ruchów społecznych w dążeniu do poprawy własnej pozycji i usunięcia pojawiających się w życiu społecznym i gospodarczym dysfunkcji. Do drugiej grupy zaliczyć można zmiany zachodzące w otoczeniu, które niejako wymuszają dostosowanie się i konieczność zmian. W ramach tej grupy znajduje się również społeczne dążenie do usprawnienia rozwiązań, które już w momencie wdrożenia były niedoskonałe. Coraz więcej osób zaczęło dostrzegać, że „coś” dzieje się nie tak, że gospodarka zaczyna funkcjonować gorzej niż do tej pory, że żyje się coraz gorzej. Pojedyncze głosy niezadowolenia stopniowo przekształcane były w masowe protesty, których wynikiem stało się przeprowadzenie konkretnych zmian. Wiele z nich zostało jednak społeczeństwu narzucone, dlatego też osoby, których dotyczą, a które nie były bezpośrednio zaangażowane w ich przygotowanie wywołują opór społeczny³³.

Rozpoczęta u progu lat dziewięćdziesiątych transformacja oznaczała dla Polski nie tylko przełom polityczny, ale również fundamentalne zmiany systemu gospodarczego i społecznego. Oznacza to, że zmieniające się społeczeństwo polskie doprowadziło do zmian w wielu różnych dziedzinach życia – polska potransformacyjna zmiana społeczna ma charakter wielowymiarowy, a tempo zmian jest różne w poszczególnych sferach życia społeczno-gospodarczego. najszybciej

³² W. Narojek, *Perspektywy pluralizmu w upaństwowionym społeczeństwie : ocena sytuacji na podstawie polskich kryzysów*, Londyn 1986, s. 6

³³ Ibidem.

dokonały się zmiany w sferze materialno–cywilizacyjnej i politycznej, nieco wolniej – w sferze socjo-kulturowej, najtrudniej wprowadzić jest zmiany w sferze mentalnej Polaków. Socjologowie podkreślają, że transformacji towarzyszą tzw. traumy społeczne związane w znacznej mierze z próbą przekopiowania lub powielenia w prosty sposób rozwiązań i mechanizmów demokracji znanych na zachodzie. Ale jak stwierdził Ralph Dahrendorf, na początku przemian w Europie zmiany te wymagają czasu, a na wprowadzenie zmian politycznych (wstępne porozumienie w sprawie demokratycznej konstytucji) wystarczy 6 miesięcy, rynkowych (czas niezbędny do ujawnienia się pożytków z liberalnych reform demokratycznych) – 6 lat, ale na zmianę postaw i ugruntowanie demokratycznej konstytucji i instytucji rynku w społeczeństwie obywatelskim trzeba będzie poczekać 60 lat³⁴. Jak twierdzi P. Sztompka „demokracja wymaga mądrych ludzi a transformacja nie jest drogą prostą”³⁵.

Zmiany transformacji ustrojowej zapoczątkowane w 1989 roku dla znacznej części społeczeństwa stanowiły zaskoczenie. Z jednej strony wolny rynek i otwarcie na świat umożliwiły napływ innowacji technicznych i kulturowych (których efektem było ożywienie gospodarcze), a demokratyzacja i liberalizacja życia wyzwoliła aktywność i innowacyjność. Z drugiej natomiast – niezbędne stało się łagodzenie negatywnych skutków zachodzących zmian. Oczywiście ubóstwo, bezrobocie i inne problemy społeczne nie powstały wraz ze zmianami ustrojowymi, ale nowe warunki sprzyjały ujawnieniu skali problemów. Pojawiły się dodatkowe problemy – trudności adaptacyjne okresu transformacji – bierność i bezradność (niski poziom zaradności i gotowości do samopomocy), niski poziom świadomości ekologicznej (w zakresie ochrony środowiska naturalnego i stosunku do zwierząt), małe umiejętności rozwiązywania konfliktów społecznych (istniejące już wcześniej konflikty między biednymi i bogatymi oraz nowe między pracodawcami i pracownikami, przedsiębiorstwami państwowymi i prywatnymi). Państwo socjalistyczne było z zasady państwem opiekuńczym, a zakres interwencji obejmował obok utrzymywania pełnego zatrudnienia szerokie programy socjalne dla pracowników. Dotowaniu cen wyrobów o tzw. szczególnym znaczeniu społecznym (zarówno podstawowych –

³⁴ E. Mokrzycki, *Złudna władza ludzi*, „Gazeta Wyborcza” nr 11/12.12.1999. Zob. J.K. Galbright, *Godne społeczeństwo, program troski o ludzkość*, Bellona, Warszawa 1994, s. 27-35.

³⁵

żywności i mieszkań, jak i wyższego rzędu – edukacja i kultura), towarzyszył szeroki wachlarz instrumentów socjalnych w sferze podziału (kontrola płac, wspieranie osób z różnych powodów niezdolnych do pracy oraz wspieranie rozwoju rodzin). Państwo było również wyłącznym usługodawcą społecznym – świadczyło nieodpłatnie usługi opieki nad dziećmi i osobami niepełnosprawnymi, usługi zdrowotne, edukacyjne i kulturalne. Przemiany zachodzące w Polsce spowodowały stopniowe odchodzenie od państwa opiekuńczego, przenosząc znaczną część odpowiedzialności socjalnej za obywateli na władze samorządowe. Nowe warunki gospodarki rynkowej wywołały bowiem u znacznej części społeczeństwa poczucie bezradności, co z kolei powodowało postawę roszczeniową i oczekiwanie, że w sytuacji zagrożenia gmina będzie pełnić rolę „parasola ochronnego”. Wraz z rozwojem życia społecznego powstały również mechanizmy społeczne i kulturowe sprzyjające wykluczeniu jednostek (stawianie ich poza nawiasem życia społecznego). Niewidzialna ręka rynku dotknęła najsłabszych i niedostosowanych do nowej sytuacji rynkowej. Zjawisko wykluczenia ujawniło się w postaci marginalizacji, a także polaryzacji życia społecznego, bezrobocia, ubóstwa i bezdomności (wykluczenie poza margines bezpieczeństwa społecznego i socjalnego). Jak wskazuje K. Frysztacki „Upadek „realnego socjalizmu” okazał się wydarzeniem zarówno niezwykłym jak i daleko sięgającym. Upadek dotychczasowego ładu, skądinąd bardzo chwiejnego oraz nie dającego satysfakcji, wywołał ekscytujące i obiecujące perspektywy, ale również niepewność związaną z zanikaniem starych stabilizujących mechanizmów ochronnych”³⁶.

Podsumowując, stwierdzić można, że socjologiczna wieloaspektowa analiza zmiany społecznej pokazuje pozytywny i negatywny wymiar transformacji. Krytyka socjologów dotyka zbyt wolnego tempa zmian społecznych i pozostający wciąż żywy wyidealizowany obraz okresu realnego socjalizmu, państwa opiekuńczego i dla wielu Polaków – „raju utraconego”. Powoduje to zahamowanie dynamiki zmian i uwięzienie jednostek oraz wielu instytucji społecznych w poprzednim systemie.

³⁶ K. Frysztacki, Na marginesie: o potrzebie "nowej" pracy socjalnej i korzyściach z niej płynących w nowych czasach, w: A. Śliz, M.S. Szczepański (red), Czy koniec socjalizmu. Polska transformacja w teoriach socjologicznych, Scholar, Warszawa 2008, s.128.

1.4 Teoria interakcjonizmu

Uogólniając ten nurt socjologii humanistycznej trzema podstawowymi dla interakcjonizmu symbolicznego kategoriami analizy są: jaźń, interakcja i społeczeństwo. Teoria ta ma wymiar psychospołeczny w postaci najbardziej „socjologicznej” psychologii społecznej, opartej na Georga Mead’a³⁷ koncepcji jaźni społecznej, kształtowanej w toku interakcji ze znaczącymi partnerami, z którymi komunikacja odgrywa kluczową rolę w procesie socjalizacji. Podstawowy, socjologiczny wariant interakcjonizmu symbolicznego stawia w centrum nie jaźń, lecz samą interakcję i rolę komunikacji w procesie tworzenia społecznych związków. Człowiek żyje w świecie symbolicznym, w którym staje naprzeciw obiektów wyposażonych w znaczenia. Definiowane znaczenia sytuacji działania jest podstawowym procesem, w który osoba działająca jest aktywnie zaangażowana. Jest to ciąg dawania sobie wskazówek, czyli nieustannego identyfikowania obiektów i oceniania ich ważności ze względu na zamierzone działanie. Świadomość tworzy się w społecznym procesie oddziaływania i komunikacji z innymi. Jednostka nie jest polem oddziaływania sił biologicznych czy psychologicznych, ani biernym obiektem wpływów organizacji społecznych. Jest wyposażona w jaźń, czyli zdolność udzielania sobie wskazówek i konwersacji z samą sobą. Jest aktywnym podmiotem „ja” i obiektem dla samej siebie „mnie”, w konwersacji „ja – mnie” zdolnym konstruować własną linię działania. Jednostka włączona jest przede wszystkim w interakcyjny proces odwzajemniania gestów. Nie ma żadnego uprzedniego uposażenia. Dopiero w procesie przyjmowania i tworzenia ról zyskuje koncepcję siebie, obraz siebie i tożsamość. Interakcja symboliczna czy inaczej, interakcja interpretacyjna oznacza przede wszystkim takie działanie społeczne, w którym dwie osoby oddziałują na siebie w procesie komunikacji, modyfikując nawzajem swoje zachowanie³⁸. Ludzie nie reagują, lecz interpretują nawzajem swoje działania. Interakcja ma więc charakter symboliczny, ponieważ polega na wymianie przekazów komunikacyjnych między

³⁷ J. Turowski: Socjologia - małe struktury społeczne. Wyd. KUL, Lublin 2001. s. 68

³⁸ Op. Cit s. 63.

uczestnikami występującymi na zmianę w roli ich nadawców i odbiorców. Wszelkie interakcje, w których partnerzy nawzajem odczytują znaczenia swoich działań, są interakcjami symbolicznymi. Koncepcja znaczenia nawiązująca do pragmatyzmu umieszcza je w procesie komunikowania, w samych aktach mówienia i działania. Symboliczno – interakcyjna koncepcja znaczenia obejmuje jego aspekt poznawczy, komunikacyjny i dramaturgiczny, to znaczy, sposoby postrzegania obiektu, komunikowania o nim i działania wobec niego. Interakcja symboliczna stanowi część koncepcji działania społecznego jako działania połączonego lub kolektywnego, to jest polegającego na dostosowaniu odrębnych linii działań za pomocą procesu interpretacji, w którym uczestnicy nawzajem udzielają sobie wskazówek co do swoich linii postępowania. Kluczowa dla interakcjonizmu symbolicznego jest koncepcja definicji sytuacji. Jej najważniejszy aspekt to rozpoznanie ról dzięki procesowi przyjmowania roli, czyli wskazywania i odkrywania spójnych wzorów działania, które mogą być utożsamiane z pewnymi typami osób działających. Interakcja symboliczna zawiera interpretację, czyli stwierdzenie znaczenia działania czy wypowiedzi drugiej osoby i definicję, czyli udzielenie wskazówek innej osobie, jak ma działać. Analiza prawidłowości takiej bezpośredniej interakcji prowadzi do ustalenia cech i zasad rządzących interakcjami o narastającej anonimowości, między wieloma partnerami oraz grupami. Relacja między jednostką a społeczeństwem oznacza fundamentalny wzajemny związek między działaniem społecznym jednostek a formami społecznej organizacji. Związek ten jest obustronny i realizuje się za pośrednictwem wspólnych symboli. Grupa bowiem jest przede wszystkim pewną liczbą osób pozostających we wzajemnej komunikacji. Społeczeństwo pojmuje się raczej jako kolektywne działanie aniżeli jako organizację społeczną. Jest ono działaniem połączonym z wielu partnerów interakcji symbolicznych. Regularności form organizacji społecznych są rezultatem negocjacji znaczeń pomiędzy działającymi i dostosowania linii działania jednostek. Społeczeństwo jawi się w tym ujęciu jako ustawiczny proces interakcyjny. W centrum uwagi stoją nieinstytucjonalizowane działania połączone, zachowania zbiorowe, ruchy społeczne, problematyczne sytuacje życia zbiorowego i proces koordynacji działań radzących sobie z nimi grup. Grupowe życie ludzi składa się z działań połączonych, których narzędziem są interakcje symboliczne. Interakcja „ja” i „mnie”

tworzy jaźń. Oddziałujące na siebie jaźnie wchodzić ze sobą w interakcje symboliczne. Społeczeństwo jest procesem, w którym poprzez interakcjonizm symboliczny, uznając istnienie strukturalnego kontekstu interakcji, przyjmuje się, że kształtują go interakcje i nie należy go zmieniać, przedstawiając tak, jak gdyby miał charakter autonomiczny. Struktury społeczne, czyli tak zwane organizacyjne wymiary społeczeństwa, nie determinują działań, lecz tylko strukturalizują sytuację. Badania zachowań zbiorowych zapoczątkowane zostały przez przedstawiciela szkoły chicagowskiej Roberta Ezra – Park’a. Herbert Blumer kontynuował tę tradycję.

Interakcjonizm jak każda inna teoria socjologiczna ma swoich rzeczników. Herbert Blumer zwracał uwagę na to, że interakcja nie może być w żaden sposób interpretowana. Dwa założenia Blumera, które przejął od Georga Mead’a to po pierwsze, fakt, że człowiek posiada jaźń, czyli sam potrafi sobie udzielać rad, oraz po drugie, że wszelkie ludzkie działanie zachodzi za pomocą symboli³⁹. W tym momencie wchodzimy głębiej w teorię interakcjonizmu symbolicznego, ale jest to niezbędne, do przedstawienia ujęcia teoretycznego potrzebnego do pełnego omówienia tej podstawy teoretycznej. Manfred Kuhn, to również przedstawiciel teorii interakcjonistycznej, jego poglądy jednak różnią się od poglądów Blumera. Kuhn pojmował interakcje jako coś sztywnego, co nie może ulegać zmianom. Zachowanie ludzkie jest w jego ujęciu rezultatem motywów i postaw człowieka. Działanie jest konstrukcją, a nie tylko prostym wyzwoleniem emocji. Warto dodać w tym miejscu, że Kuhn jest twórcą pojęcia pozycji społecznej. Według Jana Turowskiego, najbardziej ogólną i wyczerpującą teorię interakcjonizmu stworzył jednak Jonathan Turner. Punktem wyjścia w jego poglądach jest teoria Mead’a. Jaźń traktowana jest jako samoświadomość człowieka, a sam człowiek jest całkowicie autonomiczny. Działanie społeczne w ujęciu Jonathana Turnera, to układy złożone z interakcji. Turner wprowadza pojęcie roli społecznej jako zestawu praw i obowiązków jednostki. Ludzkie działanie ma zawsze jakiś sens i twórczy charakter, dodawał on, że każdy człowiek w inny sposób realizuje swoje role społeczne⁴⁰.

³⁹ Op. Cit. s.64-65.

⁴⁰ Op. Cit. s. 62-69.

Interakcjonizm zakłada, że kluczowym mechanizmem kształtowania się struktur społecznych jest ciągła wymiana i ewolucja znaczeń określonych symboli. Zgodnie z założeniami twórców teorii interakcjonizmu (W. James, C.H. Cooley, J. Devey, G.H. Mead, H. Blumer) społeczeństwo to „skonstruowane wzory uporządkowanego działania, które utrzymują się i zmieniają dzięki interakcji symbolicznej między jednostkami i wewnątrz nich”⁴¹. U podstaw koncepcji leży przekonanie, że działanie człowieka zawsze było działaniem społecznym, skierowanym w stronę drugiego człowieka – pierwotnie było to działanie nieuświadomione, dopiero wraz z pojawieniem się człowieka rozumnego działanie społeczne stało się świadome i celowe. Świadomość jednostki (świat umysłu) i społeczeństwo (rzeczywistość społeczna) tworzą przy tym jedną czynność, są od siebie nierozłączne – stanowią wewnętrzną i zewnętrzną część, które nie mogą bez siebie istnieć. Co ważne – każda z tych części oddziałuje na drugą, a jednocześnie każda z nich może aktywnie się zmieniać. Oznacza to, że człowiek nie działa mechanicznie, lecz dostosowuje się w sposób aktywny i świadomy do zmieniającego się otoczenia, zmieniających się warunków i społeczeństwa. Wchodzi zawsze w nowe interakcje z innymi członkami społeczeństwa i dokonuje wyborów na podstawie posiadanej wiedzy i wcześniejszych doświadczeń. W kontaktach tych posługuje się określonymi symbolami.

Symbolem oddziałującym na pozostające ze sobą w określonej interakcji jednostki są proste gesty. Muszą to być gesty stosowane z pełną świadomością i nie mogą wiązać się z koniecznością zastanawiania się nad ich znaczeniem. Gestem symbolicznym, nad znaczeniem którego nie zastanawia się ani nadawca, ani odbiorca jest np. wyciągnięta na powitanie ręka. Jak twierdzi J. Szacki „życie nabrało znaczenia, czyli człowiek nabrał świadomości w działaniu. Podajemy rękę bo chcemy się przywitać, a osoba z którą się witamy zna ten gest i wie co on oznacza, więc jeśli chce to się z nami wita”⁴². To właśnie wyciągnięcie ręki na widok gestu powitania jest interakcją, stanowiącą podstawę społecznej rzeczywistości. Aby mówić o interakcji, muszą być spełnione określone warunki. Przede wszystkim uzmysłowić sobie trzeba,

⁴¹ J. Szacki, Historia myśli socjologicznej, PWN, Warszawa 1981, s. 620.

⁴² Ibidem. s. 621.

że istotą interakcji jest komunikacja i zachodzący u obydwu partnerów złożony proces myślowy, rozwijający się od momentu zetknięcia się ze sobą partnerów. Pierwszym etapem jest pojawienie się świadomości partnera i rozpoznanie wypadków. Podstawą nawiązania komunikacji jest identyfikacja właściwego do niej współpartnera. Początkiem zatem powitania nie jest samo wyciągnięcie reki, ale mające miejsce znacznie wcześniej spostrzeżenie, iż widzimy znajomego – rozpoczyna to tok myślowy nadawcy: Widzę znajomego. Podejdę i przywitam się. Zapytam co słychać. Drugi etap procesu interakcji to identyfikacja partnera jako kogoś ważnego dla mnie lub nieważnego z punktu widzenia tego, co chcę osiągnąć, a także określenie jego tożsamości (kim on jest?). Trzecim etapem procesu jest zdefiniowanie sytuacji, w jakiej razem nadawca i odbiorca (potencjalni partnerzy komunikacji) się znajdują. Na tym etapie konieczne jest rozpoznanie wszystkich istotnych okoliczności otoczenia, które stanowią tło zachodzącej interakcji. Od rozpoznania tła zależy sposób zachowania – inny on będzie, jeżeli do interakcji zająć ma w klubie, a inaczej – w kościele. Są takie warunki sytuacyjne, które sprzyjają nawiązywaniu i prowadzeniu interakcji, i takie, które przeszkadzają w ich nawiązaniu. Jeżeli okaże się, że sytuacja została zdefiniowana w sposób fałszywy, interakcja nie może się rozwinąć – prawidłowa ocena pozwoli na podjęcie do znajomego z przywitaniem się w klubie, ale problemem może okazać się nawiązanie takiej samej interakcji podczas uczestnictwa we mszy. Aby doszło do komunikacji, po zidentyfikowaniu sytuacji konieczne staje się podjęcie określonego działania. A zatem Taki gest (sygnał) określający sposób postępowania musi zostać wysłany – oznacza to, że jednostka musi wyemitować określony znak, pokazując w ten sposób swoją aktywność w środowisku. W przypadku gestu powitania tym elementem interakcji jest wyciągnięcie ręki. kolejnym warunkiem zaistnienia interakcji jest sytuacja, w której nadany znak (symbol) zostaje dostrzeżony, wywołując określoną reakcję. Odbiorca reagując na sygnał musi w określony sposób zmienić swoje postępowanie oraz podjąć działanie wynikające z oczekiwań nadawcy. A zatem odbiorca musi dostrzec wyciągniętą do niego rękę oraz – dostosowując się do oczekiwań nadawcy – odpowiedzieć wyciągnięciem swojej ręki lub wykonać inny gest wskazujący, iż rozpoznał symbol nadawcy (np. nie mogąc z jakiegoś powodu podać ręki zastępuje ten gest innym, ale

również będącym gestem powitania - podnieść rękę do góry machając). I wreszcie, nadawca pierwszego symbolu, musi rozpoznać sygnały stanowiące odpowiedź i dostosować do nich swoje postępowanie – a zatem albo uchwycić podaną dłoń, albo aktywnie odpowiedzieć na inny niż oczekiwany gest powitania). Dopiero ten element zamyka proces interakcji – osoby wchodzą ze sobą w interakcje w niepowtarzalny sposób⁴³.

Osoby wchodzące ze sobą w interakcje wysyłają i odbierają sygnały, odczytują je i reagują w odpowiedni sposób, chociaż mają one charakter symboliczny. Warunkiem właściwego zrozumienia się jest nadanie tym symbolom określonego znaczenia – muszą one dla wszystkich stron znaczyć dokładnie to samo. Do takich symboli kulturowych należą wszystkie komunikatory niewerbalne – mimika, postawa ciała, odległość w stosunku do innych, ubiór i sposób zachowania. Warto w tym miejscu podkreślić, że są to tzw. znaki „nieostre”, o mniej wyraźnie wyodrębnionych jednostkach niż komunikacja werbalna, charakterystyczne dla danej społeczności lub kręgu kulturowego. Bardzo często stosowane emblematy (pojedyncze gesty zastępujące zwroty lub frazy, łatwo dając się przetransponować na słowa powszechnie wypowiedane) są uznawane za najbardziej ryzykowny sposób nawiązywania interakcji – te same gesty mają zupełnie inne znaczenie w zależności od kultury w jakiej zostały wytworzone⁴⁴.

Aby możliwe było podjęcie interakcji, interakcyoniści wyodrębnili trzy kategorie analizy: jaźń, interakcja i społeczeństwo. Jaźń społeczna kształtuje się w toku interakcji ze znaczącymi partnerami, odgrywając kluczową rolę w procesie socjalizacji. Człowiek żyjąc w świecie symbolicznym wśród obiektów wyposażonych w znaczenia, jest aktywnie zaangażowany w definiowanie znaczenia sytuacji i sposobu działania. Tym samym interakcja może być rozumiana jako ciąg dawania sobie wskazówek i identyfikowania obiektów, oceniania ich ważności ze względu na zamierzone działanie. W ten sposób tworzy się świadomość – jednostka nie jest biernym obiektem wpływów społecznych, ale dzięki wyposażeniu w jaźń jest aktywnym podmiotem (ja), który ma dolność czyli zdolność udzielania sobie

⁴³ C. Matuszewicz, Komunikacja niewerbalna. Przegląd zagadnień, „Przegląd Psychologiczny”, nr 2/1979, s. 319

⁴⁴ Ibidem.

wskazówek i konwersacji z samą sobą (jest obiektem dla samej siebie „mnie”). Dzięki temu każdy człowiek zdolny jest do konstruowania własnej linii działania i aktywnego włączenia się w interakcyjny proces odwzajemniania gestów. Zgodnie z teorią interakcjonizmu, dolność do odczytywania symbolicznych gestów pozwala człowiekowi na wchodzenie w rolę i przyjmowanie czyjejś roli – odczytując gesty innych ludzi, przyjmowany jest ich punkt widzenia, a dokonany proces myślowy pozwala na przewidywanie ich zachowania i dostosowanie się do tego co robią. Interakcja symboliczna zachodzi tylko wówczas, kiedy ma miejsce właściwe rozpoznanie norm odpowiadających danej sytuacji i przyjęcie takiej roli, która będzie przyjmować punkt widzenia innych ludzi – tylko w takiej sytuacji możliwe jest podjęcie właściwej reakcji. Dzięki tej reakcji i wejściu w interakcję jednostka włącza się w kulturę, która jednocześnie umożliwia przyjmowanie różnych ról w różnych sytuacjach, zajmując różne pozycje wynikające z przynależności do określonych struktur społecznych. Jak wskazuje Mead, to właśnie przyjmowanie i tworzenie ról pozwala człowiekowi na stworzenie swojego obrazu i odkrycie swojej tożsamości. Wskazuje, że w każdej grupie istnieją pewne postawy, które jej członkowie wcielają do swojego postępowania – jest to mechanizm kształtowania się świadomości. Im większa jest zdolność do przejmowania postaw innych, tym wyższa jest samoświadomość jednostki: *„Kompletną osobowość tworzy organizacja postaw powszechnych w danej grupie. Człowiek ma osobowość, ponieważ należy do jakiejś wspólnoty, ponieważ wciela instytucje tej wspólnoty do swego postępowania. Używa języka jako środka osiągnięcia osobowości; następnie przez proces przyjmowania różnych ról, których dostarczają wszyscy inni, dochodzi do przyjęcia postawy członków wspólnoty. Taka jest – w pewnym sensie – struktura osobowości człowieka”*⁴⁵. Według Meada proces przyjmowania ról rozpoczyna się już we wczesnych stadiach życia, przy czym najważniejszym jego warunkiem jest nabycie mowy – nauka nowych słów umożliwia nie tylko pogłębianie wiedzy, ale również pozwala na przypisywanie znaczenia określonym obiektom zewnętrznym, również innym ludziom. dzięki temu procesowi dziecko zaczyna rozumieć zachowania i role

⁴⁵ G.H. Mead, Umysł, osobowość, społeczeństwo (tłum. Z. Wolińska). Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1975, s. 224

dorosłych oraz naśladować je. Wraz z rozwojem mowy, rzeczywistość staje się bardziej uporządkowana, a role poszczególnych osób bardziej spójne – dziecko zaczyna myśleć abstrakcyjnie, przypisuje pojęcia konkretnym osobom. Dopiero wówczas rozpoczyna się rozwój jaźni – w pierwszym etapie jest to proste naśladowanie zachowań podczas zabaw (również „urojonych towarzyszy”) i dotyczy zachowania osób z najbliższego otoczenia – dziecko poprzez obserwację uczy się przejmować ich role, a dzięki temu zaczyna rozpoznawać sens i strukturę konkretnych zachowań w najbliższym otoczeniu – zabawa szkołą z wejściem w rolę nauczyciela lub zabawa w dom i odgrywanie roli matki pozwala na spojrzenie przez „aktora” na siebie z punktu widzenia tej osoby – tylko w ten sposób możliwy staje się rozwój zorganizowanej postawy dziecka. Kiedy dziecko wychodzi poza etap przyjmowania roli pojedynczych, konkretnych osób, rozpoczyna się druga faza kształtowania jaźni i rozwoju świadomości. dziecko wchodzi do swoistej gry opartej na ustalonych zasadach, do których dziecko musi się stosować – musi być gotowe do przyjęcia roli każdej osoby uczestniczącej w grze. To umożliwia postrzeganie siebie jako członka społeczności, który przyjmuje w niej określone role – istotą tego etapu jest tzw. uogólniony inny, czyli postawa całej grupy, w której jednostka funkcjonuje. Istnienie „uogólnionego innego” jest warunkiem kształtowania się rzeczywistości społecznej, bowiem tylko w ten sposób jednostka uczy się przejmowania postaw i może się rozwijać⁴⁶.

Myśl G.H. Meada rozwinął H. Blumer – swoją teorię oparł na świadomym procesie interpretacji i nadawaniu znaczeń symbolom. Bardzo dużo uwagi poświęcił zjawisku niepokoju społecznego – uważa, że efekt końcowy takich niepokoїв nie jest przewidywalny, bowiem rozwija się na bieżąco i bardzo często odbiega znacznie od pierwotnych założeń. Wskazuje również, że niepokój społeczny prowadzić może do nieprzewidywalnych przekształceń świata życia społecznego. Wśród najważniejszych cech tego zjawiska wskazuje przy tym kolektywnie wywołane odrzucenie prawomocności i dotychczasowego statusu ładu społecznego. Wiąże się to z powszechnym kolektywnym wyrażaniem niezadowolenia z powodu konieczności dalszego znoszenia danego układu. Uważa, że na wpływ niepokoїв społecznych ma

⁴⁶ Ibidem, s. 224 i nast.

w znacznej mierze wzajemne oddziaływanie (interakcje) pomiędzy grupami niepokoju i grupami zewnętrznymi, tj. autorytetami, grupami o specjalnych interesach i publicznością. Interakcja ta ma charakter kolisty, co oznacza, że następuje proces wzajemnego wzmacniania swoich działań poprzez wielokrotne interakcje – takim zjawiskiem były niepokoje społeczne w Polsce w latach 70. i 80. XX wieku – niepokoje w środowiskach robotniczych wspierane były przez intelektualistów i artystów, w efekcie doprowadzającą do powstania silnego ruchu społecznego i zmiany ustroju komunistycznego. Interakcja społeczna wykracza poza komunikację między jednostkami obejmując współdziałanie grup społecznych⁴⁷.

Podsumowując, stwierdzić należy, iż zgodnie z teorią interakcjonizmu podstawą stworzenia społeczeństwa jest podejmowanie komunikacji pomiędzy jego członkami i utrzymywanie się określonych interakcji pozwalających na odgrywanie ról. Społeczeństwo jest trwałe i nie rozpada się dlatego, że poszczególne jednostki łączą liczne bezpośrednie kontakty, oparte w znacznej mierze na stworzonym świecie symboli kulturowych. Człowiek jest jednostką aktywną (jaźń pozwala na refleksyjny stosunek do siebie i swoich czynów), dlatego te same bodźce wywołają różną reakcję. Społeczeństwo nie jest natomiast niczym innym jak wytworzoną w procesie wzajemnego dopasowywania działań siatką interakcji.

1.5 Teoria wymiany

Teoria wymiany społecznej uznaje, że podstawą wszelkich zjawisk i procesów społecznych jest wzajemne oddziaływanie międzyludzkie. Jej twórcy i przedstawiciele (G.. Homans, P. Blau, H. Emerson) opisują świat jako miejsce wymiany dóbr materialnych i niematerialnych pomiędzy jednostkami i grupami społecznymi - żadna interakcja nie jest celem samym w sobie, lecz środkiem do wymiany czegoś na coś. Jeśli bowiem człowiek podejmuje określone działanie spodziewa się osiągnięcia dla siebie korzyści. Tym samym każda interakcja ma charakter transakcji „coś za coś” i zawiera w sobie wolę osiągnięcia własnej korzyści

⁴⁷ E. Hałas. Obywatelska socjologia szkoły chicagowskiej: Charles H. Cooley, George H. Mead, Herbert Blumer, Wydawnictwo KUL, Lublin 2007, s. 50-61.

(szacunek, posłuszeństwo, władza, pieniądze, satysfakcja). Podstawową zasadą działania jest dobrowolność wejścia w interakcję oraz powstające w jej wyniku zobowiązanie. Człowiek wchodząc w interakcję wyświadcza drugiej osobie określone przysługi, w ten sposób zobowiązuje ją do określonego działania i zachowania. Ta osoba by się z owego układu wywiązać, musi się odwzajemnić – przy czym często nie jest to już zachowanie dobrowolne, a wymuszone przez obowiązujące w danej grupie normy społeczne.

a. Teoria wymiany G. Homansa

Poszczególni przedstawiciele nieco odmiennie interpretowali przy tym istotę teorii. G.. Homans twierdził bowiem, że społeczeństwo stanowi sumę składających się na niego jednostek, a zatem żeby zrozumieć społeczeństwo i rządzące w nim zasady oraz normy konieczne jest zrozumienie człowieka. Jednostka ludzka jest bowiem najmniejszym elementem na jakie można rozłożyć życie społeczne, a zachodzące między jednostkami interakcje nie są niczym innym jak wzajemną wymianą nagród i kar. Homans stworzył szereg twierdzeń.

Pierwsze z nich – o sukcesie zakłada, że jeżeli jakieś działanie raz nagrodzone nie jest już potem nigdy nagradzane, jest bardzo małe prawdopodobieństwo, aby było ono powtarzane (im częściej dane zachowanie jest nagradzane, tym jest bardziej prawdopodobne, że osoba ta podejmie to działanie lub podobne – w przyszłości).

Twierdzenie drugie – o bodźcu zakłada, że w działaniu podejmowanym przez jednostki rozstrzygającą zmienną jest podobieństwo bodźców, przy czym konieczne jest uwzględnienie, że rzeczy mogą być podobne do siebie na różne sposoby. Zakłada ono, że jeśli w przeszłości wystąpieniu pewnego bodźca towarzyszyło nagroda, jest prawdopodobne, że jeśli bodźce obecne przypominają bodźce poprzednie, to osoby te podejmą podobne działanie, oczekując nagrody.

Trzecie twierdzenie – o wartości podkreśla, że wartość różnych rzeczy jest relatywna, ale im bardziej wartościowy dla danej osoby jest rezultat podejmowanego działania, tym wyższe jest prawdopodobieństwo podejmowania działań w przyszłości.

Twierdzenie czwarte – o nasyceniu zakłada, że im częściej osoba podejmująca działanie uzyskiwała określoną nagrodę, tym mniej wartościowa będzie ona dla niej w

przyszłości (zmniejszanie się wartości każdej następnej jednostki tej nagrody w wyniku nasycenia).

Twierdzenie piąte i szóste to twierdzenia o agresji (frustracji) – uznaniu podkreśla, że brak spodziewanej lub adekwatnej nagrody za podjęte działanie lub też nieoczekiwana kara powoduje złość w stosunku do osoby, która była sprawcą tego zdarzenia. Zgodnie z tym stwierdzeniem, nagrodą stają się w takim przypadku rezultaty zachowania agresywnego. Jeżeli natomiast działanie wiąże się z uzyskaniem pewnej nagrody (nagroda może być wyższa niż oczekiwana lub też nagrodą jest brak oczekiwanej kary), to osoba aktywnie podejmować będzie dalsze działania, bowiem będzie odczuwała przyjemność i będzie akceptować zachowanie, którego rezultatem jest nagroda.

Twierdzenie siódme – o racjonalności jest twierdzeniem pochodnym od pierwszych trzech twierdzeń, bowiem wskazuje, iż wybór między alternatywnymi działaniami, zawsze wiąże się z wcześniejszą kalkulacją i oceną wszystkich znanych jednostce rozwiązań. Trzeba przy tym uwzględnić fakt, że im częściej działanie jednostki jest nagradzane, tym częściej je ona przejawia (twierdzenie 1), ale jednocześnie im częściej jakieś działanie jest nagradzane, tym mniej wartościowa staje się każda następna jednostka nagrody (twierdzenie 2), a im mniej wartościowa jest nagroda, tym rzadziej jednostka podejmuje działanie (twierdzenie 3). Jeżeli zatem każde działanie jest nagradzane powstają warunki prowadzące do zaprzestania tego działania, z kolei konieczność bezustannego podejmowania trudu otrzymania nagrody, musi na tyle często odnosić sukcesy, by zaspokoić potrzebę nagrody jedynie w części – brak sukcesu może zatem doprowadzić do apatii, nadmiar sukcesów i nagród – do nasycenia. Racjonalność zakłada zatem, że z dwóch alternatywnych działań wybrana zostanie ta, która daje jej największe prawdopodobieństwo osiągnięcia większej korzyści⁴⁸.

⁴⁸ G. Homans, *The nature of social science*, New York 1967 za: J. Szacki, *Historia Myśli Socjologicznej*, Warszawa 2002, s. 839

b. Teoria wymiany sieciowej R. Emersona

Richard Emerson podkreślał, że podstawą istnienia społeczeństwa jest stworzenie i podejmowanie określonych transakcji realizowanych według norm, podstawą natomiast podejmowania interakcji i tworzenia więzi społecznych jest dążenie do zaspokojenia potrzeb, przy czym musi być spełniony dodatkowy warunek w postaci realizacji wymiany dóbr opartej na stosunku wzajemności⁴⁹. Wskazuje przy tym, że wzajemność ta nie musi być równoważna, a partnerzy nie muszą mieć jednakowej pozycji – z wymiana nieodłącznie wiąże się bowiem posiadanie władzy. Emerson traktuje władzę jako „nierówną zależność zachodzącą pomiędzy partnerami wymiany (versus władza wynikająca z możliwości zastosowania przymusu); stosunek tego rodzaju cechuje brak równowagi - jeden z partnerów jest w stanie skłonić drugiego do poniesienia wyższych kosztów, aniżeli sam musi ponieść w wypadku podejmowania jakichś działań”⁵⁰.

Emerson jest twórcą teorii sieci wymian, która zajmuje się wzorem relacji zachodzących między obiektami społecznymi, zarówno jednostkami, jak też zbiorowościami. Analiza sieci powoduje, że dokonuje się dokładnego określenia natury obiektów i relacji oraz cech i właściwości dynamicznych. Podstawą jest twierdzenie, że stosunek wymiany istnieje pomiędzy co najmniej dwoma aktorami, którzy tworzą punkty i węzły sieci wymiany. Istotnym celem analizy sieci jest ułożenie wzoru połączeń pomiędzy wszystkimi powiązаныmi ze sobą elementami oraz wyjaśnienie dynamiki tych powiązań. Zakłada się przy tym, że punkty powiązane są w różnorodny sposób – mogą to być zarówno stany emocjonalne (sympatia lub przyjaźń wiążące poszczególne osoby), jak też przepływ informacji (symbole – również idee, wartości, normy), usług (dóbr) lub środków finansowych (rzeczy i obiekty fizyczne), wpływy i uczucia (aprobata, szacunek, przyjemność). Aktorzy wymieniają między sobą różne zasoby (prestż za radę, pieniądze za usługi), ale zawsze muszą istnieć między nimi określone przepływy, które mają charakter społeczny⁵¹.

⁴⁹ M. Kempny, J. Szmatka (red.). Współczesne teorie wymiany społecznej. Wydawnictwo Naukowe: PWN, Warszawa 1992, s. 18.

⁵⁰ Ibidem, s. 5.

⁵¹ Ibidem, s. 18.

c. Teoria wymiany P. Blau'a

Peter Blau łączy wymianę społeczną z kształtowaniem się struktury społecznej. Uważa – podobnie jak Emerson – że członków danej społeczności łączy stosunek wzajemności, przy czym w swoich rozważaniach dochodzi do przekonania, że w przypadku wzajemności spleta nie jest mierzalna i określona w czasie, opierając się na zaufaniu pomiędzy członkami społeczności. P. Blau stoi również na stanowisku, że podstaw wszystkich procesów społecznych stoi wymiana, utrwalając stosunki między jednostkami oraz strukturę społeczną. Przy każdej jednak wymianie należy jednakże wyodrębnić nie tylko korzyści, ale również koszty. Są one zawsze jednostronne, a kosztem zyskania określonej nagrody jest podjęcie działania i wykorzystanie czasu i energii w celu realizacji wymiany oraz stracone okazje alternatywne (korzyści potencjalnie możliwe do uzyskania, gdyby nie została wybrana konkretna dokonana wymiana). Tym samym Blau zestawia wymianę społeczną z wymianą ekonomiczną, przy czym wskazuje, że ciążące na stronach interakcji zobowiązania wynikające z wymiany społecznej mają charakter nieokreślony i zasadzają się na zaufaniu (nie mają formalnego charakteru). Blau opierając się o teorie ekonomiczne uważa, że zyski z wymiany maleją wraz z liczbą podejmowanych aktów, a użyteczność rosnących korzyści po osiągnięciu pewnego stadium zmniejsza się. Jest to przeniesienie do stosunków społecznych klasycznej teorii prawa malejącej użyteczności krańcowej: *„im więcej oczekiwanych nagród jednostka uzyskuje w wyniku określonej czynności, tym mniej wartościowa jest ta czynność i tym mniej prawdopodobne będzie jej podjęcie”*⁵²

Ponadto P. Blau zwraca uwagę na istnienie zasygnalizowanych na początku norm społecznych. Mimo iż wymiana społeczna nie opiera się na sformalizowanych zasadach wytworzone zostały normy wymiany sprawiedliwej – reguluje ona stosunek nagród do kosztów w danej relacji wymiany. W przypadku niezachowania tej reguły burzy określony porządek społeczny i może prowadzić do zachowań niezgodnych z normami społecznymi np. agresją ze strony, która poczuła się poszkodowana.

Kolejne pojęcie wprowadzone przez P. Blaua to tzw. atrakcyjność społeczna. Blau uznał, iż jednym z najważniejszych bodźców decydujących o podejmowaniu działania jest postrzeganie możliwości uzyskania nagrody – nagroda jest czynnikiem

⁵² J.H. Turner, *Struktura teorii socjologicznej*, Wydanie Nowe, PWN, Warszawa 2004, s. 312

koniecznym do zaistnienia stosunku wymiany, przy czym musi być to zawsze połączone z teorią wymiany, bowiem osoby, które „*udzielają nagród, będą z kolei otrzymywać nagrody jako zapłatę za dostarczone dobra*”⁵³. W tym miejscu pojawia się czynnik tzw. akceptacji społecznej. Oznacza to, że osoba udzielająca nagród spodziewa się z dużym prawdopodobieństwem, że sama również otrzyma nagrodę – nie muszą być to jednakże wymierne środki finansowe, ale również społeczna akceptacja i uznanie społeczne (szacunek, poważanie) lub też uległość drugiej osoby biorącej udział w wymianie. Według Blau’a najmniej stosowną nagrodą w stosunkach wymiany społecznej są pieniądze, najcenniejsza jest uległość – daje ona władzę i możliwość oddziaływania na osoby niepodporządkowujące się normom (również w postaci kar, czyli odmawiania nagród tym, którzy nie chcą podporządkować się normom). Władza według Blau’a rodzi się jednakże tylko wtedy, kiedy wartość świadczonych usług przewyższa wartość usług otrzymywanych w zamian. Istnieją jednakże sposoby na wymuszanie uległości – jednym z nich jest danie do wyboru niewielkiej liczby lub tylko jednego alternatywnych źródeł nagród. Możliwe jest również wówczas, kiedy ma miejsce niemożność obejścia się bez określonych rodzajów nagród. P. Blau stwierdza, że źródłem władzy jest zawsze istniejąca zależność, przy czym musi to być zależność jednostronna. Nie można mówić o władzy wówczas, kiedy parterów wymiany łączy wzajemny i równy wpływ. Jednostronne dostarczanie komuś korzyści wiąże się z narzucaniem swojej woli, przy czym jej istnienie nie wyklucza normy sprawiedliwości i uczciwości. Sprawiedliwe sprawowanie władzy wiąże się z uznaniem społecznym i rozwojem interakcji społecznych oraz umacnianiem struktury społecznej, podporządkowanie przemocą – uznawane jest za niesprawiedliwe, napotyka opór i rodzi społeczne niezadowolenie⁵⁴.

Podsumowując, zwrócić należy uwagę, że w koncepcji wymiany nie istnieje podział na działania interesowne (egoizm) i bezinteresowne (altruizm). Teoria opisuje świat społeczny jako swego rodzaju układ wymiany dóbr i wartości pomiędzy jednostkami lub grupami, ale w każdym przypadku interakcja i relacja pomiędzy stronami ma charakter transakcyjny. Każda sytuacja społeczna wiąże się z podjęciem

⁵³ Ibidem, s. 313.

⁵⁴ P.M. Blau, Sprawiedliwość w wymianie społecznej, [w:] Kempny M., Szmatka J.(red.), Współczesne teorie wymiany społecznej, Warszawa 1992, s. 230-243.

działania dążącego do zaspokojenia określonej potrzeby (uzyskania nagrody). Oznacza to, że w relacji „coś za coś” nie istnieje bezinteresowność. Jeżeli bowiem człowiek podejmuje jakiegokolwiek działanie, to robi to z perspektywą uzyskania korzyści dla siebie lub swoich najbliższych, przy czym korzyść ta może przybierać różnorodne formy i może nią być również uznanie lub satysfakcja wzmacniająca motywację⁵⁵.

1.6 Aktywność obywatelska

Wspólnota pierwotna, stanowiąc zamkniętą i samowystarczalną całość, mogła funkcjonować niezależnie od innych zbiorowości, a bliskość terytorialna sprzyjała identyfikowaniu się z określonymi wzorami i ocenami moralno-etycznymi, ponadpokoleniowej trwałości i ciągłości⁵⁶. Członkowie społeczności zaspakajali tu wszystkie swoje potrzeby, również wyższego rzędu (przynależności, pozycji, uznania). Rozwój nauki i techniki wymusił ruchliwość przestrzenną i społeczną, a przez powszechność środków masowego komunikowania się i łączności, przyczynił się do powstania szeregu styczości ponadlokalnych. Tym samym stopniowo zanikać zaczęło znaczenie tworzonych przez wspólnotę norm i wzorów obyczajowych, a obowiązki członków zbiorowości przekazane zostały wielu instytucjom kulturalnym, wychowawczym i opiekuńczym. To one zaspakajają potrzeby zbiorowe, interweniując również w sferę życia prywatnego jednostek. W miejskich środowiskach lokalnych zanikają ważne elementy życia społecznego – w miejsce życzliwego zainteresowania i gotowości do pomocy sąsiadom, pojawia się osamotnienie i obojętność wobec drugiego człowieka, zamiast troski o dobro wspólne – wandalizm, poczucie przynależności i bezpieczeństwa zastępuje wyalienowanie.

Dualizm nowoczesnego społeczeństwa to z jednej strony oficjalne struktury państwa, z drugiej – rozbudowana sieć zrzeszeń i stowarzyszeń pozarządowych, dających możliwość artykułowania swoich interesów i podejmowania działań, których realizacja ważna jest dla samych zainteresowanych⁵⁷. Siłą każdego obszaru jest czynne

⁵⁵ J.H. Turner, op. cit., s. 313.

⁵⁶ A. Toffler, *Trzecia fala*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1986, s. 16 i nast.

⁵⁷ K. Herbst, O społeczeństwie obywatelskim i lokalności, „Wspólnota” nr 48, 1991, s. 1.

zaangażowanie się jego mieszkańców i uczestnictwo w pracy władz lokalnych, organizacjach społecznych czy podejmowanych jednorazowo inicjatywach. Należy jednak wziąć również tzw. uczestnictwo bierne, w postaci wykazywanego zainteresowania sprawami lokalnymi, deklarowanie poparcia rozwiązaniom lub liderom lokalnym⁵⁸. Równie ważna jest aktywność polityczna, zwłaszcza na szczeblu samorządowym – ważna jest świadomość, że przez oddanie głosu na określonego kandydata można pośrednio wpłynąć na to, co dzieć się będzie na danym obszarze. Często jednak wyborcy nie mają zaufania do wielu z kandydatów na radnych. Często wynika to ze zniechęcenia do polityków, lekceważących swoich wyborców i zapominających o wyborczych obietnicach. To poczucie braku podmiotowości obywatelskiej stanowi istotną barierę aktywnego uczestnictwa we współtworzeniu społeczeństwa obywatelskiego. W przypadku aktywności politycznej często mamy do czynienia z tzw. manipulacją kontekstem społecznym. T. Zarycki określa tym mianem działanie, w którym „o kierunku zachowań politycznych przesądzają elity polityczne – mobilizują mieszkańców do określonych działań, narzucają istotne kwestie polityczne, kierunek debat publicznych i w ten sposób determinują zachowania tych, którzy automatycznie niejako reagują tylko na bodźce przekazywane za pośrednictwem mediów (kontrolowanych oczywiście przez elity) oraz kluczowych instytucji”⁵⁹.

Biorąc pod uwagę powyższe rozważania można dokonać próby zdefiniowania aktywności obywatelskiej. P. Gliński i H. Palska wskazują, iż „polega ona na wspólnej i świadomej artykulacji, realizacji i obronie interesów (potrzeb, aspiracji) jakiejś grupy społecznej przez jej członków. Szczególnie istotny w powyższej definicji jest (...) aspekt świadomości wspólnego działania”⁶⁰. W definicji tej nie zostały zawarte zachowania dotyczące obywatelskiej aktywności indywidualnej (zachowania wyborcze czy czynne relacje z instytucjami administracji bądź ich reprezentantami), bowiem autorzy wyróżniają cztery różne rodzaje aktywności – aktywność obywatelską, aktywność polityczną, aktywność społeczną oraz aktywność

⁵⁸ M. S. Szczepański, Cnoty obywatelskie w lokalnej społeczności. Między społeczną wiarygodnością i wiarołomnością, „Studia Regionalne i Lokalne” 4/2001, s. 16.

⁵⁹ T. Zarycki, O niektórych dylematach współczesnych badań nad przestrzenią społeczną, „Studia Regionalne i Lokalne” nr4/2000, s. 12.

⁶⁰ P. Gliński, H. Palska, Cztery wymiary społecznej aktywności obywatelskiej, w: H. Domański, A. Rychard (red.), Elementy nowego ładu, IFiS PAN, Warszawa 1996, s. 365

indywidualną. Tym samym społeczna aktywność obywatelska definiowana jest jako „taka aktywność podejmowana przez członków danej zbiorowości, która cechuje się obywatelskim, a więc niepolitycznym, jednak zorientowanym pro publico bono i społecznym, a więc indywidualnym charakterem”⁶¹.

Inni socjolodzy znacznie szerzej rozumieją aktywność obywatelską – i tak np. Skrzypiec definiuje społeczną aktywność obywatelską jako „działania jednostek bezpośrednio lub za pośrednictwem form zinstytucjonalizowanej samoorganizacji, czy poprzez inne instytucje, w tym instytucje publiczne, które wkraczają w sferę publiczną na zasadzie jej zagospodarowania lub wpływania na pozostałych uczestników i użytkowników tej przestrzeni”⁶². Z kolei Norris proponuje rozszerzyć definicję aktywności obywatelskiej o elementy „obywatelskiego zaangażowania” w trzech różnych wymiarach. Wymiar pierwszy to polityczna wiedza – informacje, jakimi jednostki dysponują na temat spraw wagi publicznej. Drugi wymiar to wskazane wcześniej zaufanie w wymiarze politycznym, a którego bezpośrednim przejawem jest zainteresowanie sprawami publicznymi oraz wsparcie udzielane obowiązującemu systemowi politycznemu i jego aktorom. Trzeci wreszcie wymiar to polityczna partycypacja – wszystkie działania podejmowane w celu wpływania na władze na wszystkich szczeblach zarządzania oraz uczestniczenie bezpośrednio w procesie podejmowania decyzji⁶³. Aktywność obywatelska jest zatem sposobem na poznawanie społecznej rzeczywistości i działaniem na jej rzecz zarówno w aspekcie fizycznym (zachowania, czyny, reakcje), jak i intelektualnym (idee, myśli). Jedną z najpełniejszych definicji aktywności obywatelskiej przedstawiło Australian Bureau of Statistic: „aktywność obywatelska to realizowanie działań odzwierciedlających interesy i zaangażowanie w rządzenie (governance) oraz demokrację takie jak członkostwo w partiach politycznych i związkach zawodowych (stowarzyszeniach zawodowych), pełnienie funkcji w klubach i stowarzyszeniach, kontaktowanie się z parlamentarzystami oraz uczęszczanie na zebrania i konsultacje społeczne”⁶⁴.

⁶¹ Ibidem, s. 365-366.

⁶² R. Skrzypiec, Mapa społecznej aktywności obywatelskiej w gminie Lesznowola, Ośrodek Badania Aktywności Lokalnej, Warszawa 2008, s. 15

⁶³ P. Norris, Preaching to the Converted? Pluralism, Participation, and Party Websites”, Party Politics, vol. 9, no 1 2000, chapter 11, s. 1.

⁶⁴ Measuring Social Capital. An Australian Framework and Indicators, Australian Bureau of Statistic, Cancerra 2004, s. 50.

Aby jednak można było mówić o postawie obywatelskiej, podejmowane działanie musi mieć charakter świadomy i celowy. Bokajło wskazuje, że postawa obywatelska wiąże się z koniecznością wykształcenia trzech różnego rodzaju postaw. Pierwszą z nich nazwał „respektowaniem uczuć innych, czyli wykształceniem postawy na osadzonej w tradycji społecznej i wykształconej w indywidualnym procesie edukacji tolerancji”⁶⁵. Tolerancja powoduje, że człowiek zyskuje zdolność do wchodzenia w relacje z innymi ludźmi, niezależnie od ich przekonań politycznych, wiary, koloru skór, płci. Oznacza to, że postawa obywatelska charakteryzuje jednostkę wolną od uprzedzeń, szowinizmu czy ksenofobii. Drugą cechą jest odwaga obywatelska – czyli zdolność do obrony interesów własnych lub swojej grupy w procesie dochodzenia do konsensusu. Aktywność obywatelska wymaga od człowieka posiadania nie tylko zdolności, ale również woli obrony własnego zdania oraz konsekwencji działania. Łączy się to bezpośrednio z odpowiedzialnością obywatelską, którą Bokajło definiuje jako „wykształconą w procesie negocjacji z innymi podmiotami swej sfery a przede wszystkim zbiorowymi, ale i indywidualnymi negocjacjami ze sferą polityczną (państwem i jego instytucjami) krytyczno-racjonalną postawę aktywnego, zaangażowanego i odpowiedzialnego obywatela”⁶⁶. Postawa obywatelska oznacza zatem aktywne uczestnictwo w szeroko rozumianych sprawach publicznych na rzecz dobra wspólnego. W ten sposób tworzy się swoista wspólnota moralna, oparta o wzajemne zaufanie (oczekiwanie uczciwego postępowania wobec innych), lojalność (nienaruszanie zaufania i wywiązywanie się z podjętych zobowiązań) oraz solidarność (wspólna troska o interesy innych i gotowość podjęcia działań na ich rzecz)⁶⁷. Wydaje się, że trafnie ujął to R. Putnam, twierdząc, iż „obywatele we wspólnocie obywatelskiej są pod wieloma względami czymś więcej niż tylko aktywnymi, nastawionymi prospołecznie i równymi sobie ludźmi. Cnotliwi obywatele są skłonni do pomocy, pełni szacunku i ufności wobec siebie, nawet wtedy, gdy różnią się w sprawach zasadniczych”⁶⁸.

⁶⁵ W. Bokajło, Społeczeństwo obywatelskie: sfera publiczna jako problem teorii demokracji, w: W. Bokajło, K. Dziubka (red.) Społeczeństwo obywatelskie, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2001, s. 65.

⁶⁶ Ibidem, s. 65.

⁶⁷ P. Sztompka, Zaufanie. Fundament społeczeństwa, Wydawnictwo Znak, Kraków 2007, s. 36

⁶⁸ R.D. Putnam, Demokracja w działaniu. Tradycje obywatelskie we współczesnych Włoszech, Wydawnictwo Znak, Fundacja im. S. Batorego, Kraków-Warszawa 1995, s. 135.

P. Gliński i H. Palska wskazują, że jedną z ważniejszych funkcji aktywności obywatelskiej jest artykulacja interesów danej grupy społecznej i współpraca w ich realizacji. Oznacza to zatem dzielenie się posiadanymi zasobami i informacjami zarówno wewnątrz wspólnoty, jak też poza nią – wiąże się to z faktem oparcia współpracy na zaufaniu i wzajemnych relacjach. Społeczność obywatelska to społeczność współpracująca, a nie konkurująca z innymi społecznościami⁶⁹. Ponadto aktywność obywatelska może oznaczać obowiązek działania wynikający z moralnego nakazu dbania o dobro wspólne, dzięki czemu może zostać zaspokojona „potrzeba wyrażenia i wprowadzenia w życie przez jednostkę wartości, które w jej ocenie są dobre dla całej zbiorowości, a nie są w danym społeczeństwie wystarczająco spełnione lub wydają się zagrożone. Uczestnictwo we wspólnocie wymaga podejmowania działań w celu zachowania tych wartości, przekazania ich innym ludziom”⁷⁰. Jednostki świadomie angażują się w sprawy społeczne, dbając o wspólne interesy, a jednym z istotnych aspektów działania jest kontrola działań władzy oraz protest obywatelski powiązany z przygotowywaniem alternatywnych projektów decyzji i programów społecznych – aktywność obywatelska jest twórcza, umożliwia ekspresję indywidualną i grupową. Są to czynniki pozwalające na poszukiwanie nowych rozwiązań. Społeczność obywatelska jest w stanie odkrywać nowe przestrzenie działania, bowiem poddaje własne otoczenia stałej ocenie – zna zatem wszystkie problemy i potrzeby społeczne. Interwencja pod adresem władzy publicznej wiąże się z faktem, iż aktywność społeczna ma charakter ekspresyjny (realizacja wspólnych zainteresowań osób uczestniczących we wspólnych działaniach) oraz instrumentalny (realizacja interesów grupy poprzez uczestnictwo w różnych grupach – w tym w stowarzyszeniach)⁷¹.

Aktywność obywatelska oznacza również uczestnictwo w procesach przygotowywania i podejmowania decyzji na różnych szczeblach władzy (konsultacje, dostęp do informacji, ciała doradcze, analiza projektów rozwiązań prawnych

⁶⁹ P. Gliński, H. Palska, op. cit., s. 365.

⁷⁰ J. Miklaszewska, *Obecność wartości w życiu publicznym*, w: J. Miklaszewska, (red.), *Polityka i świat wartości. Uczestnictwo obywateli w życiu społeczno-politycznym*, Kraków: Fundacja „Międzynarodowe Centrum Rozwoju Demokracji 1998, s. 12–13

⁷¹ L. Zbiegień – Maciąg, *Aktywność społeczna w zastosowaniu do badań empirycznych*, „Studia Socjologiczne” r, 1979, s. 72-73.

uczestnictwo w ciałach decyzyjnych). To również samodzielne zagospodarowywanie określonych sfer publicznych – bezpośrednie zaspokajanie potrzeb społecznych (projekty, kampanie, realizacja konkretnych programów, usług, edukacja). Społeczność obywatelska to społeczność zaangażowana i zmotywowana do świadomego działania – przygotowywanie alternatywnych projektów decyzji, programów społecznych – aktywność obywatelska jest twórcza, umożliwia ekspresję indywidualną i grupową. Są to czynniki pozwalające na poszukiwanie nowych rozwiązań. Społeczność obywatelska jest w stanie odkrywać nowe przestrzenie działania, bowiem poddaje własne otoczenia stałej ocenie – zna zatem wszystkie problemy i potrzeby społeczne.

Świadome uczestnictwo w życiu publicznym oznacza przy tym przygotowywanie alternatywnych projektów decyzji, programów społecznych – aktywność obywatelska jest twórcza, umożliwia ekspresję indywidualną i grupową. Są to czynniki pozwalające na poszukiwanie nowych rozwiązań. Społeczność obywatelska jest w stanie odkrywać nowe przestrzenie działania, bowiem poddaje własne otoczenia stałej ocenie – zna zatem wszystkie problemy i potrzeby społeczne. Na tej podstawie możliwe staje się zorganizowanie i stworzenie warunków do rozwoju wszystkim jednostkom – społeczność obywatelska aktywnie działa na rzecz równego dostępu do edukacji i usług, tworząc sieć wsparcia dla członków swojej społeczności. Powstają struktury wzajemnościowe, tworzona jest i rozwijana współodpowiedzialność obywateli za swoje otoczenie oraz potrzeby współmieszkańców⁷².

Społeczeństwo obywatelskie jako najwyższa forma zorganizowania aktywności obywatelskiej. Koncepcja aktywności obywatelskiej i społeczeństwa obywatelskiego nie jest wytworem nowym, bowiem powstała już na przełomie XVII i XVIII wieku. Przyczyna zainteresowania się wzrostem znaczenia obywateli w życiu społecznym stały się zachodzące wówczas przemiany – głównie rozwój gospodarki i dynamizacja odkryć geograficznych oraz rewolucji społecznych. Pojawiły się wówczas pierwsze rozwiązania, których celem było pogodzenie dobra publicznego z zaspokojeniem indywidualnych potrzeb obywateli. J. Lock opierając się na twierdzeniu równości

⁷² P. Gliński, H. Palska, op. cit., s. 365.

ludzi wobec Boga i wobec praw ziemskich, skłaniał się ku przekonaniu, że poszczególne jednostki w sposób naturalny przechodzą od respektowania norm społecznych do dobrowolnego powiernictwa i powołania władzy politycznej. Na tej podstawie określił dwie formy społeczeństwa obywatelskiego – cywilne i polityczne. Pierwsze, przejawiające się poprzez tworzenie niezależnych od państwa stowarzyszeń, których celem jest osiąganie partykularnych celów, staje się przygotowaniem ludzi do uczestnictwa w formie drugiej – znacznie bardziej trwałym, realizującym się w długim czasie powierzeniu władzy określonych uprawnień. Nie wyróżnia przy tym dobra wspólnego, uważając za najwyższe dobro indywidualną wartość myślenia oraz możliwość działania.

Z kolei G. Hegel za podstawę tworzenia społeczeństwa obywatelskiego uznawał wolność poglądów obywatelskich zagwarantowaną przez państwo, a realizowaną w postaci różnego typu organizacji. Skłaniał się przy tym bardziej ku wymiarowi gospodarczemu, bowiem za zorganizowane formy społeczeństwa obywatelskiego uznawał korporacje zawodowe i organizacje gospodarcze, w tym podmioty działające na wolnym rynku. Ich cele są w tym przypadku sprawą wolnego wyboru, ale realizacja zgodna być musi z obowiązującymi podstawami prawnymi (ogólnymi oraz statutami organizacji), które przyjmują, iż państwo jest dobrem wspólnym. Za warunek niezbędny do powstania społeczeństwa obywatelskiego uznał suwerenność wewnętrzną państwa, w której wolna wola ludzi ukierunkowana zostaje przez państwo. Zaproponował cztery formy społeczeństwa obywatelskiego: opinię publiczną, reprezentację polityczną, korporacje zawodowe i organizacje gospodarcze oraz wolny rynek⁷³.

Koncepcje Locka i Hegla zmieniła globalizacja i regionalizacja. Nasiloną ruchliwość terytorialną i migracje powodują, że znaczna część terenów zasiedlona zostaje przez ludzi nie związanych z kulturą lokalną. Według L. Thurowa globalna kultura elektroniczna eliminuje myślenie o wspólnotowości i poznawcze nastawienie ludzi⁷⁴. G. Soros dodaje ideologię fundamentalizmu rynkowego i społeczeństwa

⁷³ W. Kaczocha, Lokalne społeczeństwo obywatelskie jako siła przeciwważna globalizacji gospodarczej oraz medialnej, „Rocznik Lubuski” t. XXIX, Zielona Góra 2003, s. 43 i nast.

⁷⁴ L. Thurow, Przyszłość kapitalizmu. Jak dzisiejsze siły ekonomiczne kształtują świat jutra, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 1999, s. 180.

transakcyjnego (konsumpcyjnego), w której celem jest zaspokojenie własnych potrzeb. Może to skutkować całkowitym zanikiem wspólnotowości (terytorium traci na znaczeniu, nie będąc podstawą wzajemnego integrowania się), jego transformacją (wspólnotowość nie zanika, ale zmienia formę, dzięki czemu społeczność funkcjonuje w postaci powiązanych ze sobą grup) lub też społecznym uwolnieniem, w którym powstaje społeczność bezlokalna (więzi uwalniają się od ograniczeń przestrzennych)⁷⁵.

Z kolei J. Galbraith twierdził w swojej teoretycznej koncepcji sił przeciwważnych, że w warunkach demokracji i wolności obywatelskiej społeczeństwo obywatelskie staje się siłą przeciwważną do globalizacji i jej negatywnych skutków. Kulturze masowej przeciwstawia się kultura lokalna, w której odradzają się dawne wartości i działają stowarzyszenia, akceptujące wspólnotę i solidarność. Odnawiane są tradycje gospodarcze w zakresie spółdzielczości i rodzinnego biznesu, chronione są lokalne wartości przyrody i tradycja kultury⁷⁶. Aby jednak było możliwe stowarzyszanie się i wymiana informacji (styczność bezpośrednia i rozwój mediów), członkowie społeczeństwa obywatelskiego muszą mieć odpowiedni poziom wiedzy, ogładę polityczną i kulturalną. Tym samym do budowania lokalnych społeczności obywatelskich i organizowania życia społecznego niezbędny jest rozwój globalnego społeczeństwa informacyjnego, z jego łatwością nawiązywania kontaktu oraz zdobywania i wymiany informacji⁷⁷.

Lata 90. XX wieku wiążą się z odrodzeniem się koncepcji społeczeństwa obywatelskiego na wschodzie Europy oraz wzrostem zaangażowania obywateli w działalność społeczną na jej zachodzie. O ile jednak ruchy społeczne XVIII wieku reprezentowały interesy całego społeczeństwa, to wiek XX wiązał się z reprezentowaniem konkretnych grup interesu. Wymagało to ponownego zdefiniowania społeczeństwa obywatelskiego. R. Putnam uważa, że terminem tym powinno określać się „ludzi aktywnie biorących udział w życiu publicznym, zainteresowanych ważkimi tematami dotyczącymi publicznych spraw”⁷⁸. A. Wiktorska – Świąćka uważa, że społeczeństwo obywatelskie powstaje w wyniku dobrowolnych powiązań tworzonych

⁷⁵ G. Soros, *Kryzys światowego kapitalizmu*, Wydawnictwo Literackie Muza SA, Warszawa 1999, s. 24

⁷⁶ J. K. Galbrighth, *Spółeczeństwo dobrobytu i państwo przemysłowe*, PIW, Warszawa 1973, s. 288

⁷⁷ A. Grzywczak (red.), *Internet w społeczeństwie informacyjnym*, WSB, Dąbrowa Górnicza 2003, s. 9.

⁷⁸ R. Putnam, *Making Democracy Work. Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press, Princeton, 1993, s. 87.

przez obywateli dążących do zrealizowania swoich celów bądź uzyskać poparcie dla wyznawanych przez siebie idei, przy czym powiązania te istnieją niezależnie od państwa i mogą być wykorzystane dla działań od państwa niezależnych⁷⁹. Członkowie społeczeństwa obywatelskiego to osoby wykazujące aktywność obywatelską, mieć sprecyzowane poglądy na sprawy publiczne, umieć bronić swojego punktu widzenia szanując oponentów oraz aktywnie uczestniczyć w działalności stowarzyszeń wyrażających te poglądy. Z kolei zdaniem Sikory jest to „zbiorowość społeczna, w której występuje swobodna wymiana interesów i wartości poprzez zaangażowane w zinstytucjonalizowane formy współżycia społecznego. Wywierają one wpływ na podejmowanie decyzji politycznych, dążą do zdobycia władzy, dbają o realizację interesu grupowego swoich członków, mobilizują ludzi do rozwiązywania ważnych spraw społecznych na szczeblu lokalnym i ponadlokalnym”⁸⁰. Oznacza to, że społeczeństwo obywatelskie funkcjonuje zarówno w płaszczyźnie społecznej, jak i politycznej. Aktywność społeczna to dobrowolne i bezinteresowne działania podejmowane przez jednostkę na rzecz innych jednostek, określonych zbiorowości (środowisk, wspólnot) oraz procesów i sił działających w społeczeństwie (sił społecznych, politycznych i gospodarczych)⁸¹. Aktywność obywatelska to zarówno uczestnictwo w wyborach (bierne poprzez głosowanie i czynne poprzez kandydowanie), przynależność do partii politycznych, wysyłanie petycji i zapytań do polityków i zaangażowanie w działalność trzeciego sektora⁸².

To właśnie z tym ostatnim elementem najczęściej utożsamiane jest społeczeństwo obywatelskie – uznaje się bowiem, że organizacje te odgrywają istotną rolę w życiu społeczeństw, uzupełniają działalność instytucji publicznych, wspomagają tworzenie wartości demokratycznych i budowę solidarności

⁷⁹ A. Wiktorska-Świąćka: *Spółeczeństwo obywatelskie w Polsce* - refleksje nad teorią i genezą oraz próba oceny stanu i rozwoju. (W:) *Europa obywateli. Polskie społeczeństwo obywatelskie in actu*. Red. W. Bokajło, A. Wiktorska-Świąćka. Oficyna Wydawnicza ATUT- Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe, Wrocław 2007, s. 23-24,

⁸⁰ J. Sikora, *Instytucje społeczeństwa obywatelskiego*, w: H. Januszek (red.), *Kapitał społeczny – aspekty teoretyczne i praktyczne*, Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej 2004, s. 254

⁸¹ M. Michalik, *Aksjologiczne uwarunkowania aktywności społecznej*, w: R. Sztuchmiller (red.), *Aktywność społeczna. Warunki prawne i formy aktywności w społeczności świeckiej i kościelnej*. Materiały z konferencji naukowej, Olsztyn 21–22 maja 1996 roku, Olsztyn: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej 1998, s. 20.

⁸² A. Paczeński, *Wpływ Unii Europejskiej na aktywność obywatelską w Polsce- dobrodziejstwo czy przekleństwo?* w: R. Morawski, T. Jemczura (red.), *W kierunku samoorganizacji społecznej. Społeczeństwo obywatelskie w działaniu*, Racibórz: Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej 2009, s. 19

międzyludzkiej⁸³. Do organizacji trzeciego sektora zaliczane są wszystkie organizacje pozarządowe, działające w interesie publicznym oraz w interesie wzajemnym (grupy samopomocowe, grupy wsparcia). Jak pisze R. Dahrendorf „jeżeli takie autonomiczne organizacje nie istnieją, nie istnieje społeczeństwo obywatelskie”⁸⁴, natomiast J. Szacki definiuje wprost społeczeństwo obywatelskie jako trzeci sektor „którego punktem wyjścia jest podział na prywatne i publiczne podmioty działania oraz prywatne i publiczne cele działalności. Sektor pierwszy to rynek, gdzie podmioty, cele są prywatne; sektor drugi to rząd, gdzie podmioty i cele są publiczne; sektor trzeci to właśnie społeczeństwo obywatelskie, gdzie podmioty są prywatne, cele natomiast publiczne; sektor czwarty, wreszcie, to korupcja, gdzie jest dokładnie na odwrót, podmioty działające są bowiem publiczne, a ich cele prywatne”⁸⁵. Można zatem stwierdzić, że do istnienia społeczeństwa obywatelskiego konieczne jest istnienie autonomicznych organizacji i instytucji.

W literaturze socjologicznej podkreśla się jednakże, że społeczeństwo obywatelskie jest szczególnym rodzajem społeczeństwa – nie wystarczy aktywność obywatelska i działanie w organizacjach społecznych, konieczne jest również wytworzenie zbiorowej i normatywnej samoświadomości. To ona właśnie odgrywa istotną rolę w rozwoju i trwaniu społeczności, bowiem opiera się na poczuciu wspólnego uczestniczenia w życiu publicznym. A zatem społeczeństwo obywatelskie to nie tylko rozbudowana sieć organizacji społecznych, ale także partycypowanie w działaniu tych organizacji⁸⁶.

Według R. Dahrendorfa czwartym czynnikiem – obok aktywności obywatelskiej, istnienia organizacji pozarządowych i zbiorowej świadomości – niezbędne jest istnienie praw obywatelskich. Są to uprawnione roszczenia, które tworzą określoną sytuację publiczną chroniącą szanse uczestnictwa ludu przed ingerencją rządu oraz przed zmiennymi warunkami rynku. Wskazuje on przy tym, że „obywatelskość musi stać się rzeczywistością w umysłach i sercach, a przede

⁸³ B. Lewenstein, *Wspólnota społeczna a uczestnictwo lokalne*, ISNS, Warszawa, 1999, s. 55–56

⁸⁴ R. Dahrendorf, *Zagrożone społeczeństwo obywatelskie*, w: *Europa i społeczeństwo obywatelskie. Rozmowy w Castel Gandolfo*, Warszawa 1994, 236

⁸⁵ J. Szacki, op. cit., s. 54.

⁸⁶ E. Shils, *Co to jest społeczeństwo obywatelskie?* w: *Europa i społeczeństwo obywatelskie. Rozmowy w Castel Gandolfo*, Warszawa. 1994, s. 10.

wszystkim w nawykach ludzi. Musi stać się instytucją w pełnym znaczeniu tego słowa, mianowicie normą, przestrzeganą bez sankcji zewnętrznych, ponieważ stała się składnikiem społecznego zachowania ludzi”⁸⁷. Aby tak się stało, musi dokonać się bardzo istotna zmiana w świadomości obywateli. Tego samego zdania jest E. Shils, według którego koniecznym warunkiem istnienia społeczeństwa jest uświadomienie przynależności do niego jako całości⁸⁸.

Podsumowując, stwierdzić należy, że w szerokim znaczeniu społeczeństwo obywatelskie oznacza „zespół społeczno-politycznych instytucji złożony z pięciu elementów: władzy publicznej, która jest ograniczona i odpowiedzialna przed społeczeństwem; rządów prawa; sfery publicznej skupiającej zainteresowanych obywateli; systemu rynkowego wolnego od gwałtu i korupcji oraz szeregu dobrowolnych stowarzyszeń wszelkiego rodzaju”⁸⁹. Współczesna idea społeczeństwa obywatelskiego zachęca do uczestnictwa w życiu publicznym, przy czym najczęściej rozumiane jest to jako aspołeczna aktywność obywatelska, która nie ma charakteru politycznego. Sfera publiczna staje się sferą pośrednią między życiem prywatnym i państwowym, a społeczeństwo obywatelskie staje się instytucją równoważącą władzę państwową i interesy i potrzeby jednostek. Podstawą istnienia społeczeństwa obywatelskiego jest aktywność obywatelska, rozumiana jako aktywne uczestnictwo w życiu społecznym. Obywatele muszą być społecznie zaangażowanymi, przy czym zaangażowanie to powinno być nie tylko świadome, ale i dobrowolne, bowiem tylko wówczas działalność na rzecz dobra wspólnego daje satysfakcję i radość. Warunkiem społeczeństwa obywatelskiego są aktywni ludzie, którzy w swoim działaniu potrafią wyjść poza interes prywatny i uzyskanie konsensusu. Dla prawidłowego funkcjonowania społeczeństwa obywatelskiego niezbędne jest istnienie warunku wstępnego w postaci infrastruktury społeczeństwa (rządy prawa, poszanowanie własności prywatnej, decentralizacja, wolności osobiste i polityczne), ale znacznie ważniejsza jest postawa obywatelska członków społeczeństwa. Aktywność i prospołeczne nastawienie obywateli, pozwala na stworzenie najważniejszych zasad:

⁸⁷ R. Dahrendorf, op. cit., s. 232.

⁸⁸ E. Shils, Co to jest społeczeństwo obywatelskie? (W:) Europa i społeczeństwo obywatelskie..., s. 10-16.

⁸⁹ V.M. Perez-Díaz, Powrót społeczeństwa obywatelskiego w 3 Hiszpanii, Kraków 1996, Znak, s. 5.

konsensusu w rozwiązywaniu sporów, tolerancji i racjonalności postępowania członków społeczeństwa.

2. Miejsce turystyki w badaniach naukowych

2.1 Turystyka jako przedmiot badań naukowych

Zjawisko turystyki już od dawna stanowi przedmiot zainteresowania rozmaitych dyscyplin naukowych. W pierwszej kolejności były to jedynie nauki ekonomiczne, lecz później również geografia, socjologia, antropologia, psychologia, prawo, marketing, historia, zarządzanie oraz filozofia. W rozmaitych państwach zostały utworzone ośrodki badawcze, katedry, zakłady, instytuty oraz uczelnie, które zajmowały się różnymi aspektami badań nad turystyką oraz dydaktyką w tym zakresie. Występują uczelnie w których nadawane są tytuły magistra turystyki, a także istnieje możliwość studiów podyplomowych.

Zainteresowanie turystyką jako przedmiotem badań ma miejsce ze strony tak zwanych nauk stosowanych oraz tak zwanych nauk teoretycznych. Koniec dwudziestego wieku przyniósł fazę „turystyfikacji” świata. Podjęto próby stosowania pewnych teorii m.in. socjologicznych do zinterpretowania zachowań turystów, relacji między turystami, a mieszkańcami miejscowości odwiedzanych przez turystów, a także do wyjaśniania zjawiska turystyki jako czynnika, który wywołuje przemiany społeczne.

Nauki stosowane zajmują się badaniami nad różnymi aspektami turystyki ze względu na potrzebę rozwiązywania licznych praktycznych problemów związanych z intensywnym rozwojem turystyki.

Ciekawą koncepcję rozwoju badań naukowych nad turystyką zaprezentowała Jafar Jafari w artykule *Towards Tourism Mitigation*.⁹⁰ Wyszczególnia ona kilka „platform” tego rozwoju:

1. Platforma obronna – reprezentująca wczesne pisarstwo, które związane jest z korzyściami ekonomicznymi,
2. Platforma ostrzegawcza – wskazuje, iż rezultatem turystyki mogą być liczne społeczno-ekonomiczne starty,

⁹⁰ J. Jafari, *Towards Tourism Mitigation*, w: *The Freedom of Travelling in the Year 2000*, AIEST nr 34, St-Call 1992.

3. Platforma adaptacyjna – sanowi nową szkołę myślenia, sugeruje rozwój turystyki alternatywnej,
4. Platforma oparta na wiedzy – dąży do stałego badania turystyki.

Podjęmowane są badania multidyscyplinarne oraz porównawcze międzynarodowe nad turystyką. Jeden z przykładów może stanowić program badawczy „Tourism as a Factor of Change. A sociocultural Study”, zainicjowany w 1983 roku oraz koordynowany w początkowej fazie przez Ośrodek Badań i Dokumentacji w Naukach Społecznych w Wiedniu. Badania te pozwoliły zobaczyć między innymi całą gamę trudności, które należy pokonać, aby uzyskać właściwe rezultaty w tego typu przedsięwzięciach.

Konieczne są badania interdyscyplinarne na turystyką, ponieważ każda z dyscyplin, które zajmują się turystyką przedstawia jedynie cząstkowy, a nie całościowy punkt widzenia na to zjawisko. Jeśli przykładowo, specjaliści od marketingu sądzą, iż „turystyka – to usługi” to mają rację, gdyż faktycznie tak jest. Lecz równocześnie mają oni jedynie częściowo rację, ponieważ turystyka to nie tylko usługi. Jeśli ekonomiści zwracają uwagę na fakt, iż „turystyka to przemysł” to również mają tylko częściową rację, ponieważ turystyka to nie tylko przemysł. W związku z tym uzyskanie całościowego rozumienia turystyki wymaga podejścia zintegrowanego. Niezbędne jest nie tylko multi- lecz również interdyscyplinarne.

W badaniach multidyscyplinarnych każda z dyscyplin, które biorą w nim udział, wykorzystuje swoje pojęcia oraz metody badań. Jedynie kluczowy przedmiot badań jest jednakowy. Założenia filozoficzne badaczy, ich punkt postrzegania społeczeństwa oraz człowieka mogą się różnić. W związku z czym uzyskane wyniki mogą być interpretowane jedynie w języku określonej dyscypliny. Porównanie całościowe, synteza ogólna jest praktycznie niewykonalna, bądź jest możliwa jedynie powierzchownie.⁹¹ Z kolei w badaniu interdyscyplinarnym celem jest zbadanie danego problemu jednocześnie z rozmaitych punktów widzenia. Badanie interdyscyplinarne musi być bardziej jednorodne w sensie możliwości uzyskania całościowych wniosków. W sytuacji idealnej, osoba będąca kierownikiem interdyscyplinarnego programu badań musi sformułować kluczowy problem badawczy oraz zaproponować

⁹¹ K. Przecławski, *Człowiek ...*, dz. cyt., s. 33.

teoretyczną podstawę badań. Organizując zespół badawczy należy zwrócić uwagę na to, by wszyscy uczestnicy badań przeprowadzili je na tej samej albo zbliżonej próbie badawczej, by posługiwali się jednakowym „meta-językiem”, a więc by w sensie filozoficznym mieli tą samą albo zbliżoną wizję człowieka oraz społeczeństwa. Występuje bowiem ścisła, choć nie zawsze uświadomiona, zależność między podłożem filozoficznym, a sposobem formułowania problemu badawczego, pytań badawczych oraz sposobem interpretowania wyników.

W badaniach naukowych obowiązuje jak najdalej posunięty „obiektywizm”. Lecz całkowita „obiektywność” badacza jest praktycznie w naukach społecznych niemożliwa do realizacji. W związku z tym uczestnicy badania interdyscyplinarnego powinni w założeniu zaliczać się do tej samej albo podobnej „szkoły” filozoficznej.

W 1988 roku utworzona została Międzynarodowa Akademia Studiów nad Turystyką (International Academy for the Study of Tourism). Jest on z założenia Wielodyscyplinarną Wspólnotą Badaczy Turystyki. Siedziba Akademii mieści się w Madrycie. Celem akademii jest wspieranie badań naukowych oraz dociekań zawodowych w sferze turystyki. Członkostwo jest powierzane tym jednostkom, które posiadają istotny wkład do nauki w dziedzinie turystyki oraz są aktywne w tej sferze. Pierwsze tego typu spotkanie miało miejsce w Polsce w Zakopanem w 1989 roku. Rezultatem pracy w trakcie spotkania była publikacja *Tourism Alternatives*.⁹² Kolejne spotkanie odbyło się w Kanadzie w Calgary w 1991 roku i jego rezultatem była publikacja pod tytułem *Tourism Research Critiques and Challenges*.⁹³

2.2 W kręgu socjologicznych inspiracji badawczych

Analizując literaturę związaną z problematyką turystyki, zwłaszcza na gruncie nauk humanistycznych, stwierdzono, iż turystyka traktowana jest przede wszystkim jako proces społeczny.⁹⁴ Zwraca się uwagę w szczególności na fakt, iż istotnym motywem aktywności turystycznej jest osobowość człowieka, jego osobiste dążenia

⁹² V. Smith, W. Eadington, *Tourism Alternatives*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia 1992.

⁹³ D. Pearce, R. Butler (red.), *Tourism Research Critiques and Challenges*, Routledge, London 1993.

⁹⁴ G. Gołębowski (red.), *Nowe trendy rozwoju turystyki*, Wyd. PWSC, Sulechów 2008, s. 52.

oraz aspiracje. Turysta oraz turystyka, to nie tylko oraz nie wyłącznie, przejaw aktywności ludzkiej, jest ona także środkiem realizacji rozmaitych celów, na przykład gospodarczych. Autorzy kompendium wiedzy o turystyce przedstawiają, zdaniem ich, niekwestionowane cechy charakterystyczne turystyki. Zaliczają do nich:

- podróż, przemieszczenie – integralnym elementem podróży jest przemieszczanie, które w konsekwencji prowadzi do pobytu poza stałym miejscem zamieszkania,
- pobyt w nowej miejscowości – nie dłuższy niż roczny. Warunkiem ograniczającym jest, by pobyt nie przekształcił się w stałe zamieszkanie,
- tymczasowość podróży oraz pobytu – podróż oraz pobyt mają zawsze charakter okresowy, co wyróżnia wyjazdy turystyczne od innych rodzajów podróży,
- element subiektywny – czyli człowiek oraz przyczyny powodujące jego podróż oraz pobyt w określonym miejscu,
- element obiektywny – korzystanie z infrastruktury turystycznej warunkuje w większości przypadków realizację celu wyjazdu turystycznego.⁹⁵

Turystyka, jako zjawisko społeczne, powoduje powstanie rozmaitego typu interakcji między turystami a ludnością terytoriów, na których się ona odbywa. Wzajemne oddziaływanie przybyszów na ludność miejscową znamionuje wiele ingerencji turystów w życie mieszkańców odwiedzanych terenów, i na odwrót. Jest rzeczą istotną, iż owe wzajemne oddziaływania mają charakter działań zwrotnych, co niejednokrotnie może wpłynąć na zmiany postaw po obu stronach. Biorąc pod uwagę zderzenia kulturowe oraz wynikające stąd konsekwencje, osoby biorące udział w turystyce można pogrupować na trzy wielkie kategorie:

1. Turyści, bez istnienia których nie można sobie wyobrazić turystyki.
2. Mieszkańcy terenów (wsi, miast, całych regionów oraz krajów) odwiedzanych przez turystów.
3. Osoby, które turystykę organizują, są jak gdyby pośrednikami między turystą oraz mieszkańcem terenu, do którego turysta przyjeżdża.

Do obowiązków turysty zalicza się następujące powinności:

1. Wobec samego siebie

⁹⁵ G. Gołembski (red.), *Kompendium wiedzy o turystyce*, PWN, Warszawa – Poznań 2002, s. 23.

2. Wobec mieszkańców,
3. Wobec innych turystów,
4. Wobec środowiska przyrody oraz środowiska kultury w odwiedzanej miejscowości, czy rejonie.

Natomiast obowiązkami mieszkańców są obowiązki:

1. Wobec turystów,
2. Wobec innych mieszkańców,

Z kolei do obowiązków pośredników zalicza się następujące obowiązki:

1. Wobec turystów,
2. Wobec mieszkańców,
3. Wobec środowiska przyrody oraz środowiska kultury.⁹⁶

Uwaga socjologów skupia się na wpływie turystyki na społeczeństwo, dotyczy to zwłaszcza indywidualnych oraz grupowych zachowań ludzi, motywów uprawiania turystyki, nawyków oraz zwyczajów turystów itp.. Socjologów interesuje wpływ turystyki na osobowość jednostek oraz przemiany dokonujące się w różnych grupach społecznych tj. w zbiorowościach turystów, mieszkańców obszarów emisyjnych oraz ludności terenów na których koncentruje się ruch turystyczny. Przedmiotem badań są również kwestie związane z powstawaniem instytucji społecznych, w tym w szczególności mechanizmy integracji oraz dezintegracji społecznej.⁹⁷ Badacze koncentrują się także na metaforycznym sensie turystyki, w którym przemieszczanie się może mieć charakter marzenia o jakimś innym konkretnym miejscu na mapie świata oraz budowaniu sobie w głowie jego wizerunku. Jest to etap intelektualnego oraz emocjonalnego przygotowania do podróży, nazywany czasem prepodróżą. Innym rodzajem podróży mentalnej jest zdobywanie wiedzy o innych krajach oraz kulturach poprzez naukę języków obcych, studiowanie ich historii, geografii bądź literatury. Istotne jest ukazanie powiązań, które występują na gruncie wspólnych zainteresowań turystyki oraz socjologii. Turystyka obejmuje praktycznie wszystkie aspekty życia społecznego oraz gospodarczego, w związku z tym należy stosować podejście

⁹⁶ K. Przeclawski, *Etyczne podstawy turystyki*, Albis, Kraków 1997, s. 37 – 40.

⁹⁷ W. Alejski, *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Albis, Kraków 1999, s. 23.

interdyscyplinarne, które uwzględnia również takie nauki jak: psychologia, antropologia, nauki polityczne oraz prawne. Podejście takie jest w pełni uzasadnione.

Badania socjologiczne nad turystyką wynikają z dwojako rozumianej służby społecznej socjologii wobec turystyki. Są to albo badania poznawcze idące w kierunku formułowania określonych podstaw teoretycznych albo też badania czysto praktyczne odpowiadające zapotrzebowaniu społecznemu.

Badania socjologiczne na turystyką mogą ukazać jej pozytywną albo negatywną stronę. Tabela 4 prezentuje przemiany społeczno-kulturowe w środowisku terenów odwiedzanych.

Tabela 1. korzystne i szkodliwe przemiany społeczno-kulturowe w środowisku terenów odwiedzanych

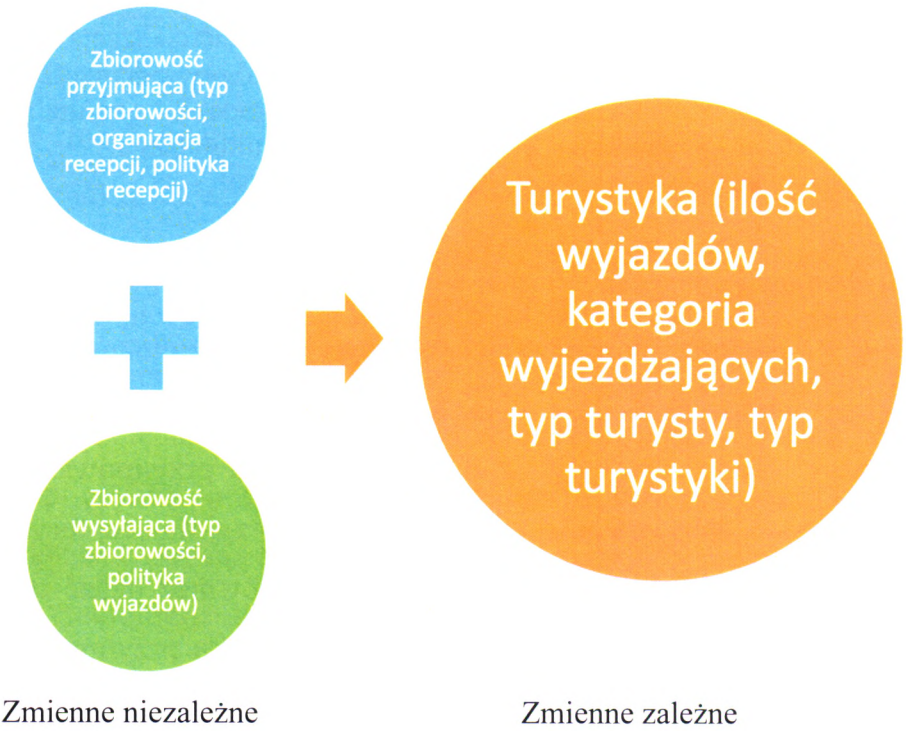
Dziedzina	Korzystne	Szkodliwe
Struktura społeczna	Wzrost zatrudnienia. Różnicowanie się struktury społecznej. Wzrost dochodów i wykształcenia. Większa możliwość awansu społecznego.	Polaryzacja ludności. Uzyskiwanie dochodów bez kwalifikacji oraz wykształcenia.
Instytucja społeczna	Modernizacja rodziny. Przemiany kontroli społecznej.	Dezintegracja rodziny.
Postawy i zachowania	Wzrost postawy tolerancji. Rozszerzenie horyzontów myślowych. Zmiana postaw etnicznych.	Rozwój postaw konsumpcyjnych. Patologie: prostytutka, narkomania, alkoholizm.
Kultura	Rozwój kultury regionalnej. Zagospodarowanie przestrzenne. Rozwój ekonomiczny i techniczny. Ochroną środowiska naturalnego.	Komercjalizacja kultury. Zanik kultury rodzimej. Niszczenie środowiska naturalnego oraz kulturalnego.

Źródło: T. Łobożewicz, G. Bińczyk, *Postawy turystyki*, WSE, Warszawa 2001, s. 49.

Zjawisko turystyki można z socjologicznego punktu widzenia badać na dwa różne sposoby. Po pierwsze można przyjąć, że turystyka jest zmienną zależną i pytać o to, jakie czynniki wpływają na ilość wyjazdów, kategorię wyjeżdżających, typ turysty oraz typ turystyki. Tego typu czynnik determinujące, są przyjmowane za zmienne niezależne i występują zarówno po stronie zbiorowości przyjmującej turystów, jak i po stronie zbiorowości wysyłającej (Rysunek 6). Można również badać turystykę jako zmienną niezależną (Rysunek 7). W tym drugim przypadku przyjmuje się jako fakt istnienie określonej turystyki i badane są jej skutki. Turystyka jest badana jako czynnik zmiany społecznej. Jej skutki mogą być dwojakiego typu. Mogą odnosić się do przemian społecznych oraz kulturowych środowiska odwiedzanego przez turystów,

mogą również odnosić się do przemian osobowości mieszkańców terenów odwiedzanych oraz turystów. Przemianami środowiska odwiedzanego są przemiany instytucji społecznych, struktury społecznej, a także przemiany w dziedzinie kultury. Natomiast przemianami w osobowości są zmiany postaw oraz zachowań, a także systemów wartości. Przyjmując jako punkt odniesienia wybrany model rozwoju społecznego albo rozwoju osobowości można zauważyć, iż wywołane przez turystykę przemiany mogą mieć charakter funkcjonalny albo dysfunkcjonalny. W związku z czym turystyka może być czynnikiem pozytywnego rozwoju społecznego albo czynnikiem patologii społecznej w odniesieniu do środowiska odwiedzanego. Natomiast w odniesieniu do rozwoju osobowości mieszkańców terenów odwiedzanych, w szczególności młodych mieszkańców, może być czynnikiem dewiacji albo socjalizacji. Z kolei w odniesieniu do turystów również może stać się czynnikiem dewiacji albo socjalizacji, jednak może być także narzędziem resocjalizacji, w szczególności młodzieży społecznie niedostosowanej.

Rysunek 2. Socjologiczna analiza turystyki jako zjawiska społecznego



Źródło: K. Przecławski, *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Albis, Kraków 2004, s. 35

Rysunek 3. Analiza socjologiczna turystyki jako czynnika przemian społeczno-kulturowych oraz wychowawczych



Źródło: K. Przeclawski, *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Albis, Kraków 2004, s. 36.

Specyfiką badań socjologicznych jest stosowanie różnorodnych podejść oraz koncepcji teoretycznych w celu wyjaśniania zjawisk społecznych. Wśród nich należy wymienić między innymi teorię kompensacji, teorię zabawy, teorię socjalizacji, teorię zbiorowego obcego, teorię konfliktu społecznego, teorię wymiany, teorię ról społecznych, teorię dezorganizacji i organizacji społecznej, interakcjonizm symboliczny oraz koncepcję systemową w turystyce Jafara Jafariego. Rozwój socjologicznych badań nad turystyką przyczyni się nie tylko do wzbogacenia dyscypliny socjologicznej o nową istotną dziedzinę życia. Przyczyni się również do prowadzenia bardziej właściwej polityki między innymi recepcji turystów oraz organizacji wyjazdów. W związku z czym rezultaty badań powinny stanowić ważny element kształtowania polityki turystycznej, zarówno w skali makro, jak i na szczeblu lokalnym.

2.3 Turystyka a inne dyscypliny badawcze

W związku z tym, że turystyka jest rozpatrywana w pięciu podstawowych aspektach tj. jako zjawisko psychologiczne, jako zjawisko społeczne, jako zjawisko przestrzenne, jako zjawisko ekonomiczne oraz jako zjawisko kulturowe w niniejszym podrozdziale pracy pokrótce zostaną omówione te aspekty turystyki w odniesieniu do konkretnych dyscyplin badawczych. Z uwagi na fakt, że socjologia turystyki szczegółowo została omówiona wcześniej nie będzie już tym podrozdziałem opisywana.

Pierwszą dyscypliną badawczą są badania psychologiczne dotyczące turystyki. Praktyczne możliwości zastosowania badań z zakresu psychologii turystyki dotyczą między innymi:

- procesu wychowania, w którym turystyka może być wartościowym narzędziem,
- resocjalizacji osób nieprzystosowanych społecznie, przez aktywność turystyczną, szczególnie turystykę kwalifikowaną,
- psychoprofilaktyki i promocji zdrowia, gdzie aktywność ruchowa może stanowić czynnik zapobiegawczy przed jego utratą.

Badania psychologiczne posiadają charakter indywidualny, znajdują w nich zastosowanie narzędzia badawcze, takie jak testy, kwestionariusze ankiety. Do podstawowych pojęć, którymi posługuje się psychologia turystyki należą między innymi potrzeby, motywacje oraz zachowania turystyczne.

Ze względu na silne związki turystyki ze środowiskiem przyrodniczym, uzależnienie od stosunków społecznych oraz gospodarczych, a także duże zróżnicowanie przestrzenne, zjawisko to jest również przedmiotem zainteresowań geografii. Badania geograficzne nad turystyką mają charakter złożony oraz interdyscyplinarny. Przedmiotem badań geografii turystyki są czynniki rozwoju, struktura oraz wszelkie relacje przestrzenne szeroko rozumianych zjawisk turystycznych oraz związane z nimi procesy przyrodnicze, społeczne oraz gospodarcze. Geografia turystyki bada wpływ środowiska przyrodniczego oraz społeczno-ekonomicznego na rozwój turystyki, sam ruch turystyczny oraz wpływ rozwoju turystyki na przemiany zachodzące w środowisku przyrodniczym oraz

społeczno-ekonomicznym.⁹⁸ Wkład geografii turystyki w rozwój badań nad turystyką wynika również z podejmowania przez geografów badań w zakresie opracowywania problemowych oraz regionalnych syntez geograficzno-turystycznych. Do podstawowych pojęć z zakresu geografii turystyki należą: przestrzeń turystyczna, walory turystyczne, zagospodarowanie turystyczne, region turystyczny, miejscowość turystyczna oraz ruch turystyczny. Na gruncie nauk geograficznych, w tym geografii turystyki oraz przy współudziale nauk przyrodniczych oraz nauk społecznych rozwinął się w Polsce w latach 80. i 90. XX wieku nurt badawczy określany jako geoekologia turystyki oraz rekreacji. W ramach tego kierunku prowadzone są badania w zakresie relacji człowiek-środowisko przyrodnicze. Główny zakres badań geoekologii turystyki i rekreacji dotyczy między innymi:

- wpływu warunków środowiska przyrodniczego na organizm ludzki w miejscu wypoczynku,
- przebiegu procesu percepcji środowiska przez odwiedzających oraz jego oceny,
- zachowań turystów oraz strat z użytkowania turystycznego danego miejsca w środowisku przyrodniczym.

Szczególne miejsce w badaniu zjawisk turystycznych przypada naukom ekonomicznym. Do głównych grup zagadnień, które stanowią przedmiot zainteresowania nauk ekonomicznych w sferze turystyki należą:

- miejsce turystyki w gospodarce narodowej oraz kwestie gospodarki turystycznej,
- istota i mechanizm funkcjonowania rynku usług turystycznych,
- marketingowa orientacja przedsiębiorstw, miejscowości oraz regionów turystycznych,
- wpływ turystyki na międzynarodowe stosunki gospodarcze,
- polityka turystyczna.

Istotnym kierunkiem badawczym, o dużym znaczeniu zarówno w sferze naukowej, jak i praktyce gospodarczej, jest wykorzystanie podejścia systemowego w badaniach zjawisk turystycznych. Umożliwia ono określenie miejsca oraz roli systemu gospodarki turystycznej w makrosystemie gospodarczym. Pozwala na określenie

⁹⁸ W. Kurek, *Turystyka*, PWN, Warszawa 2008, s. 20.

relacji między turystyką jako zjawiskiem społeczno-gospodarczym a jego otoczeniem. W ramach systemu gospodarki turystycznej jednym z zasadniczych problemów warunkujących jego prawidłową działalność jest sprawny system organizacji oraz zarządzania w skali makro- i mikroekonomicznej. Ekonomia turystyki dokonuje analizy uwarunkowań i czynników determinujących rozwój ruchu turystycznego, preferencji i potrzeb konsumentów, kształtowania wielkości oraz struktury podaży dóbr i usług turystycznych, wielkości wydatków i wpływów z turystyki. Podejmuje również próby określenia optymalnych wielkości firm turystycznych, zasięgu ich działania oraz struktury świadczonych usług.⁹⁹

⁹⁹ Tamże, s. 22 – 23.

3. Turystyka i rozwój jako przedmiot analizy socjologicznej

3.1 Turystyka – terminologiczne dylematy symptomu współczesności

Po epoce industrializacji i urbanizacji, po epoce „kultury masowej”, rozpoczęła się „era informatyki”, a następnie epoka „turystyfikacji” świata. Coraz więcej ludzi podróżuje, coraz więcej krajów oraz miejscowości przyjmuje turystów. I chociaż dominującą ilościowo formą turystyki jest ta, związana z „czasem wolnym”, a więc z urlopami bądź wakacjami, to mnożą się także podróże związane z załatwianiem spraw służbowych, z udziałem w konferencjach czy kongresach, z działalnością naukową bądź ze studiami, z aktywnością sportową, a także tych związanych z kultem religijnym.

Podróże i związane z nimi wydatki stanowią coraz istotniejszy element życia współczesnego człowieka. Po pracy i mieszkaniu, turystyka stała się trzecim z kolei miernikiem jakości życia. W takich krajach jak Japonia, Niemcy, Stany Zjednoczone czy Wielka Brytania wydatki na podróże stanowią od 14 do 16% wszystkich wydatków domowych. Wiele przyczyn złożyło się na tak dynamiczny rozwój turystyki. Do najważniejszych można zaliczyć takie jak: szybki rozwój nauki i techniki, umożliwiający zwłaszcza komunikację lotniczą, ale ostatnio także rywalizującą z nią szybką komunikację kolejową, procesy urbanizacji i związane z nimi zanieczyszczenie środowiska naturalnego, rozwój upowszechniania się oświaty, wzrost poziomu życia w wielu krajach, wzrost ilości czasu wolnego, a także upowszechnianie się stereotypów spędzania urlopu poza miejscem zamieszkania. Oprócz tych „pośrednich” przyczyn można wskazać na pewne bardziej bezpośrednie przyczyny rozwoju turystyki. Są to między innymi ułatwienia paszportowe, dewizowe i celne, rozwój infrastruktury turystycznej, oraz działalność wielu wyspecjalizowanych międzynarodowych organizacji turystycznych. Nie bez znaczenia jest też propaganda i reklama wyjazdów turystycznych.¹⁰⁰

¹⁰⁰ K. Przecławski, *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Albis, Kraków 2004, s. 25.

Słowo turystyka pochodzi od francuskiego pojęcia *tour*, oznaczającego podróż, wycieczkę, która kończy się powrotem do miejsca, z którego się rozpoczęła. Najogólniej można wyszczególnić dwa fundamentalne pojęcia turystyki – klasyczne oraz współczesne. Definicja klasyczna traktuje turystykę jako zespół zjawisk oraz stosunków, wynikających z podróży oraz pobytu osób przyjezdnych, o ile nie jest ten pobyt związany z osiedleniem oraz rozpoczęciem działalności zarobkowej. Definicja ta ogranicza zakres turystyki jedynie do podróżowania w celach zdrowotnych, poznawczych, sportowych, bądź rekreacyjnych. Zwraca uwagę na te rodzaje aktywności, w których może realizować się zasada dobrowolności oraz rozwój osobowości człowieka. Natomiast współczesne koncepcje turystyki zauważają również zjawisko wydawania oraz zarabiania przez turystę pieniędzy w miejscu tymczasowego pobytu albo w czasie samej podróży. W związku z tym zwraca uwagę na wymiar ekonomiczno-społeczny turystyki. Turystyka w szerokim znaczeniu to całokształt zjawisk ruchliwości przestrzennej, które związane są z dobrowolną okresową zmianą miejsca pobytu, środowiska i rytmu życia, a także z wejściem w styczność osobistą ze środowiskiem odwiedzanym (kulturowym, przyrodniczym albo społecznym).

Definicja współczesna turystyki w odróżnieniu od klasycznej obejmuje również osoby, które wyjeżdżają poza miejsce swojego zamieszkania w celach zarobkowych. Można stwierdzić, że aktualnie turystyka stała się nie tylko jednym z wielu typów aktywności ludzkiej, a raczej swego rodzaju sposobem uprawniania różnego typu aktywności. Staje się ona środkiem realizacji rozmaitych celów, a w tym także zarobkowych. Pieniądze można zarabiać nie tylko w miejscu zamieszkania, lecz również z miejsca pobytu okresowego. Współcześnie bywa tak, iż wyjazd formalnie zarobkowy (delegacja służbowa) jest motywowany w istocie potrzebami poznawczymi, natomiast wyjazd formalnie wypoczynkowy (wycieczka) – względami zarobkowymi. Turystyka o charakterze zarobkowym rozwija się zarówno w kraju jak i za granicą. Podstawowym motywem podejmowania prac zarobkowych w tym kontekście jest pragnienie uzyskania środków na turystykę. Zwykle kolejne etapy podróży turystycznej są przerywane okresami pracy, aby pozyskać fundusze na jej kontynuowanie. W związku z tym współcześnie turystykę należy rozumieć jako ogół

czynności osób, które podróżują i przebywają w celach wypoczynkowych, służbowych lub innych, nie dłużej niż przez rok bez przerwy poza swoim codziennym otoczeniem¹⁰¹ oraz nie podejmują w tym czasie czynności zarobkowych.

W literaturze przedmiotu można odnaleźć cechy charakterystyczne współczesnej turystyki, takie jak: wzrost liczby podróżujących emerytów, „podróże przygodowe” („Adventure Travel”), „Risk Recreation”. Coraz większe znaczenie ma „ekoturizm”, powrót do natury – „szukanie nadzwyczajności”. Naisbitt pisze, że „Turystyka jest siłą, która globalną wioskę uczyni rzeczywiście jednym Światem.”¹⁰²

3.2 Przegląd typologii turystyki

Nie ma jednoznacznej definicji turystyki. Każdy mówiąc o turystyce może mieć na myśli zupełnie odmienne zjawisko. Wynika to z faktu, iż turystyka współczesna staje się coraz bardziej urozmaiconą, przybiera różnorodne formy, które mają niejednakowe znaczenie dla ludzi.

Nie ma naukowo opracowanej całościowej typologii form turystyki. Podziału turystyki można dokonywać zgodnie z kilkoma podstawowymi kryteriami:

- Kto uprawia turystykę (turystyka dzieci, młodzieży, dorosłych starych, kobiet, mężczyzn itp.)
- Czas uprawiania turystyki (turystyka krótko- oraz długoterminowa),
- Pora roku uprawiania turystyki (turystyka wiosenna, letnia, jesienna, zimowa),
- Charakter turystyki (turystyka w dużych grupach, turystyka w małych grupach oraz turystyka samotna lub we dwoje),
- Sposób uprawiania turystyki (turystyka kwalifikowana tj. specjalistyczna oraz turystyka niekwalifikowana),
- Organizator wyjazdu (turystyka organizowana przez instytucje oraz indywidualna),
- Przebieg wyjazdu (turystyka pobytowa oraz wędrowną),

¹⁰¹ *Terminologia turystyczna*, Zalecenia WTO, ONZ-WTO, UKFiT, Warszawa 1995, s.5.

¹⁰² J. Naisbitt, *Global Paradox*, Avon Books, New York, 1995, s. 183.

- Koszt wyjazdu (turystyka, która wymaga znacznych nakładów finansowych oraz turystyka subwencjonalna, również turystyka socjalna),
- Forma zakwaterowania (hotel, dom wypoczynkowy, schronisko, karawaning, camping, mieszkanie wynajęte u gospodarzy),
- Geografia turystyki przyjazdowej albo wyjazdowej (turystyka między krajami bogatymi, turystyka z krajów rozwiniętych do krajów rozwijających się, turystyka z krajów rozwijających się do krajów bogatych, turystyka między krajami rozwijającymi się),
- Region koncentracji turystów (turystyka nizinna, turystyka górską, turystyka nadmorska),
- Cel turystyki
 - Turystyka uprawiania dla zarobku (wyjazdy o charakterze służbowym m.in. delegacje, a także wyjazdy prywatne o charakterze zarobkowym),
 - Turystyka uprawiania dla pozazarobkowych celów (sprawy rodzinne, doksztalcanie, sprawy zdrowotne, pielgrzymki, sprawy polityczne, naukowe, sportowe i inne),
 - Turystyka typu „loisir” (m.in. turystyka poznawcza, turystyka społeczna, turystyka wypoczynkowa, turystyka praktyczna, turystyka rozrywkowa, turystyka „twórcza”),
- Rodzaj środka transportu (turystyka wodna, drogowa, lotnicza oraz kolejowa).

Powyższa typologia ma charakter czysto teoretyczny, ponieważ sformułowanie właściwej typologii wymagałoby opracowania określonych zestawów cech, które prezentowałyby faktyczny, najbardziej reprezentatywny nurt turystyki. Istotny jest także podział turystyki nie ze względu na konkretne kryteria, lecz ze względu na charakterystyczne cechy rzutujące na całą sferę obsługi oraz organizacji osób w niej uczestniczących. Najistotniejsze z nich to: turystyka biznesowa, turystyka kongresowa, turystyka etniczna, turystyka alternatywna, a także turystyka motywacyjna.¹⁰³

Według B. Meyer z połączenia kryteriów celu oraz czasu można wyróżnić następującą klasyfikację turystyki:

¹⁰³ K. Przecławski, *Człowiek ...*, dz. cyt., s. 31.

- a) Pobykowa albo pobykowo-wypoczynkowa (obejmująca pobyty w uzdrowiskach oraz wczasy),
- b) Wycieczkowa albo wycieczkowo-krajoznawcza (turystyka wycieczkowa, kempingowa oraz kwalifikowana),
- c) Wycieczkowa oraz świąteczna albo wypoczynek krótkoterminowy.¹⁰⁴

Z kolei Marc Boyer wyróżnia takie oto trzy główne typy turystyki:

- 1. „tourisme-decouverte” – turystyka „odkrywcza” charakteryzująca raczej etapy historii aniżeli współczesność,
- 2. „tourisme-depense ostentatoire” – turystyka klasy „próżniaczej” (wg. Veblena), charakteryzująca szeroki nurt współczesnej turystyki „loisir”,
- 3. „tourisme de la participation” – turystyka „uczestnictwa”, uprawiana przez nielicznych, raczej przez młodzież, turystyka – „nadzieja przyszłości”.

Marc Boyer wyszczególnia także trzy czasy każdej podróży tj. podróż wyobrażoną, podróż przeżywaną oraz podróż przedłużoną. „Podróż to są trzy podróże, trzy etapy myśli, to jest najpierw to, czego się pragnęło, co się przeczuwało i często nieświadomie, przed wyjazdem nazywało; to są na miejscu widziane rzeczy, a później, po powrocie, to jest to, co zatrzymujemy, co naprawdę pozostało w nas z tego doświadczenia”.¹⁰⁵ Każdy z powyższych etapów posiada swój specyficzny typ literatury:

- Informatory oraz foldery mające na celu zachęcanie do podróży,
- Przewodniki towarzyszące w trakcie podróży oraz zwiedzania,
- Dzienniki z podróży, albumy pozostające po podróży.

Światowa Organizacja Turystyki przyjmuje następujący podział turystyki:

- Turystyka biznesowa,
- Turystyka aktywna, rekreacyjna oraz specjalna,
- Turystyka tranzytowa, przygraniczna,
- Turystyka w miastach,
- Turystyka na terenach wiejskich (agroturystyka),

¹⁰⁴ B. Meyer (red.), *Wybrane aspekty obsługi ruchu turystycznego*, Fundacja na rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2004, s. 53.

¹⁰⁵ M. Boyer, *Le tourisme*, Paris, 1972, s. 34.

- Turystyka twarda.¹⁰⁶

Specyficznym typem turystyki, który występuje współcześnie jest ekoturystyka. Jest to zjawisko przestrzenne, które polega na takim użytkowaniu oraz zagospodarowaniu turystycznym środowiska przyrodniczego, by zagwarantować uzyskanie równowagi w systemach ekologicznych. W związku z tym podejściem należy rozwijać takie formy użytkowe, które nie zakłócają sprawności funkcjonowania przyrody. Głównie programy użytkowe regionów turystycznych muszą sprowadzać się do obsługi odpowiednich form turystyki, które wynikają z uwarunkowań przyrodniczych.

Istotna jest także typologia turystów. W literaturze przedmiotu można znaleźć różnego rodzaju typologie turystów. M. Bassand wyszczególnił cztery główne typy turystów:

- a) *Le sportif* – zorientowany na rozrywkę, zabawę,
- b) *Le connaisseur* – zorientowany na poznanie, na kontakt z dziełami sztuki,
- c) *Le solitaire* – zorientowany na kontakt z przyrodą,
- d) *Le voyeur* – zorganizowany na „zaliczenie” jak największej liczby miejsc, ale w sposób bardzo powierzchowny.¹⁰⁷

Różnego rodzaju postawy wobec turystyki mogą być uzależnione od tego, czy w wyniku uprawniania turystyki turysta pragnie jedynie zaspokoić swoje potrzeby poznawcze, czy jednak potrzeby współżycia społecznego, potrzebę działania, bądź po prostu potrzebę rozrywki albo wypoczynku.

3.3 Przegląd koncepcji teoretycznych turystyki

W rozważaniach nad pojęciem turystyki można wyszczególnić trzy podstawowe stanowiska, które różnią się pomiędzy sobą zakresem zagadnień obejmowanych przez proponowane definicje. Największy z nich jest zawarty w określeniach traktujących turystykę jednostronnie, przez co jest on zbliżony do

¹⁰⁶ J. Płocka, *Turystyka. Wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo Escape Magazine, Toruń 2009, s. 34.

¹⁰⁷ M. Bocheńska, K. Bujak, *Uwagi dotyczące motywów uprawiania turystyki*, *Ruch Turystyczny* nr 1, SGPiS, Warszawa, 1975, s. 19-31.

potocznego rozumienia tego pojęcia. Oparty jest on na opisie cech turystyki, a właściwie - ruchu turystycznego. Nieco szersze spojrzenie reprezentują definicje, w których akcentuje się społeczne funkcje i cele turystyki. Przy aktualnym stanie rozwoju zjawisk oraz procesów turystycznych najpełniejsze wydają się być jednak te poglądy, które pod pojęcie „turystyka” podkładają najszerszy zakres pojęciowy, uwzględniając zarówno jej aspekt ekonomiczny, jak i społeczny. Takie poglądy na problematykę turystyki są najprzydatniejsze z ekonomicznego punktu widzenia, ponieważ zakładają badanie zjawisk i procesów turystycznych w bardzo szerokim zakresie, a przy tym w pewien uporządkowany sposób. Dzięki temu uzyskuje się możliwość powiązania turystyki z jej otoczeniem, na które składają się różnorodne procesy społeczne, gospodarcze, a nawet polityczne.¹⁰⁸

Jednym z możliwych punktów widzenia problematyki turystycznej jest traktowanie jej jako sfery zaspokajania potrzeb konsumentów spędzających swój czas wolny poza miejscem stałego zamieszkania. Turystyka jest to całokształt sposobów i środków spożycia wraz z samym spożyciem dokonywanym przez konsumentów-turystów, stanowiącym zaspokojenie potrzeb osobistych występujących w związku z realizacją przez nich funkcji czasu wolnego spędzanego poza miejscem stałego zamieszkania. Tak pojmowana turystyka cechuje się skomplikowaną strukturą wewnętrzną. Wymienione w definicji elementy stanowią trzy jej pojęcia podstawowe:

- ruch turystyczny, stanowiący zespół sposobów realizacji potrzeb turystycznych,
- przedmioty potrzeb turystycznych, będące środkami zaspokajania potrzeb osobistych,
- konsumpcja turystyczna jako zaspokajanie osobistych potrzeb turystów.

Ruch turystyczny jako pojęcie podstawowe turystyki zawiera wszystkie rodzaje, a w ich ramach formy spędzania czasu wolnego poza miejscem stałego zamieszkania. Struktura rzeczowa przedmiotów potrzeb turystycznych obejmuje wszelkie dobra konsumpcyjne (walory turystyczne, dobra i usługi turystyczne) oraz dobra produkcyjne (urządzenia obsługi turystów) niezbędne do realizacji nie tylko funkcji czasu wolnego, ale i normalnego bytowania konsumenta-turysty poza jego gospodarstwem domowym. Konsumpcja turystyczna, stanowiąca cel podróży

¹⁰⁸ W. Kurek, *Turystyka*, PWN, Warszawa 2008, s. 33.

turystycznej, jeśli jest traktowana jako pojęcie podstawowe turystyki, to obejmuje wszelkie występujące w rzeczywistości rodzaje spożycia realizowane przez uczestników ruchu turystycznego.¹⁰⁹

Konsumpcja turystyczna, będąc pojęciem podstawowym turystyki, ale i celem każdej podróży turystycznej, w swych konkretnych przejawach jest osadzona w przestrzeni turystycznej. Jest ona w zasadzie w całości realizowana na obszarze turystycznym, stąd też właśnie tam znajduje swe rzeczywiste przejawy zarówno samo spożycie dokonywane przez turystów, jak i pozostałe dwa pojęcia podstawowe turystyki, czyli sposoby spożycia oraz środki spożycia. Na obszarze turystycznym mamy bowiem do czynienia z właściwymi dla danej jednostki przestrzeni turystycznej rodzajami i formami ruchu turystycznego, kształtowanymi przez występujące na nim walory turystyczne oraz związane z nimi usługi turystyczne. Aby zatem konsumpcja turystyczna doszła do skutku na obszarze turystycznym muszą zaistnieć sprzyjające jej warunki w postaci zespołu wzajemnie od siebie uzależnionych sposobów spożycia - rodzajów i form ruchu turystycznego oraz środków spożycia – przedmiotów potrzeb turystycznych.

Wyróżnić można trzy teorie, które dotyczą roli turystyki jako czynnika przemian kulturowych oraz społecznych:

1. Teoria systemów Jafariego – można wyszczególnić w turystyce dwa systemy: recepcyjny oraz generujący. System recepcyjny składa się z kultury turystów oraz gospodarzy, a także organizatorów turystyki.
2. Teoria zbiorowego obcego Ostrowskiego – turyści pojawiają się oraz znikają, nie asymilują się z mieszkańcami.
3. Teoria społecznej organizacji oraz dezorganizacji Thomasa oraz Znanieckiego – pojawienie się turystów skutkuje konfliktami na linii mieszkańcy – turyści oraz organizatorzy turystyki, efektem tego typu konfliktów jest okresowa dezorganizacja społeczna. Następnie pojawia się reorganizacja, która polega na asymilacji turystów jako stałego elementu środowiska. Charakter tego typu procesów jest uzależniony od formy turystyki i może skutkować „pozytywną reorganizacją” w momencie gdy turystyka przybiera formę równoprawnej

¹⁰⁹ M. Kozak, *Koncepcje rozwoju turystyki*, Studia regionalne i lokalne nr 1(31)/2008 s. 38 – 59.

wymiany gospodarczej albo kulturowej, bądź też „dezorganizacją o charakterze patologii społecznej” w przypadku, gdy turystyka jest próbą dominacji – neokolonializmu.¹¹⁰

Koncepcje wykorzystania zasad zrównoważonego rozwoju w działalności turystycznej w literaturze światowej zaczęły być widoczne na przełomie lat osiemdziesiątych oraz dziewięćdziesiątych XX w., przede wszystkim dzięki publikacjom badaczy amerykańskich.¹¹¹ Koncepcja turystyki zrównoważonej to wynik badań nad powiązaniem między środowiskiem, turystyką oraz rozwojem. Turystyka zrównoważona to narzędzie realizacji zrównoważonego rozwoju oraz narzędzie rozwoju samej turystyki.¹¹² Turystyka zrównoważona jest definiowana jako każda forma rozwoju turystyki, zarządzania oraz aktywności turystycznej, która utrzymuje społeczną, ekologiczną oraz ekonomiczną integralność obszarów oraz zachowuje w niezmienionym stanie zasoby kulturowe oraz naturalne danych terenów

3.4 Wybrane koncepcje rozwoju turystyki

W ostatnich latach nastąpił intensywny rozwój turystyki, który przyczynił się do równie szybkiego rozwoju gospodarki turystycznej. Gospodarka ta może stawać się jednym z podstawowych źródeł dochodu. Strategie rozwoju turystyki zaś są związane z różnymi koncepcjami rozwoju społeczno-ekonomicznego, który umożliwia wyjaśnienie licznych procesów oraz zjawisk w obrębie turystyki. Do jednych z nich zaliczana jest kwestia czynników sukcesu: co powoduje, iż w porównywalnych warunkach w pewnych miejscach można zaobserwować znaczny rozwój turystyki, natomiast w innych nie. Można wnioskować, że wbrew pokutującym wciąż tezę o znaczeniu walorów przyrodniczych, zwiększone oraz podwyższające się znaczenie posiadają walory kulturowe, a w szczególności infrastruktura, czyli zagospodarowanie

¹¹⁰ W. Bartoszewski, J. Łaciak, *Przemiany społeczności lokalnych pod wpływem turystyki*, Problemy Turystyki, nr 1-2/1991, s. 51 - 52.

¹¹¹ I. Jędrzejczyk, *Ekologiczne uwarunkowania i funkcje turystyki*. Wydawnictwo Śląsk, Katowice 1995, s. 35 – 37.

¹¹² A. Niezgoda, *Obszar recepcji turystycznej w warunkach rozwoju zrównoważonego*. Akademia Ekonomiczna, Poznań 2006, s. 37.

turystyczne. Wobec tego typu zmiany o sukcesie decydują aktualnie w szczególności czynniki związane z jakością zasobów ludzkich, przywództwa oraz elit.

W naukach o rozwoju wyszczególniane są cztery podstawowe współczesne nurty teoretyczne: modernizacja, zależność, a także rozwój alternatywny oraz nurty neoliberalne. Pomimo różnorodności i opozycyjnego charakteru koncepcji rozwoju neoliberalnego oraz alternatywnego w odniesieniu do dwóch wcześniejszych wymienionych nurtów możliwe jest traktowanie ich w zbliżonych kategoriach. Każdy z nich posiada charakter historyczny oraz jest związany z określonym etapem rozwoju, a także rozumieniem jego krytycznych elementów. Wywodzące się z nich koncepcje oraz teorie rozwoju turystyki nie doczekały się na razie szczegółowych opracowań, jednak turystyka jako zjawisko stanowi przedmiot zainteresowania wzrastającej liczby badaczy, którzy reprezentują rozmaite dziedziny wiedzy, w tym również socjologów.

Na formułowanie się koncepcji rozwoju turystyki szczególnie duże znaczenie miały teorie lokalizacyjne, które wywodzą się z prac podjętych w XIX w. przez von Thunena, które wprowadzały pojęcie renty położenia.¹¹³ Podejście to było rozwijane oraz kontynuowane w pracach Webera, który zwrócił uwagę na czynniki wyborów lokalizacji inwestycji. Wyróżnione zostały firmy lokalizowane ze względu na koszty pracy, koszty transportu, a także tzw. koszty aglomeracyjne.¹¹⁴ W aspekcie tym wybór lokalizacji w wyniku analizy kosztów w ujęciu przestrzennym ma na celu obniżenie kosztów produkcji. Podwaliny pod ujęcie regionalnego rozwoju położyli August Lösch oraz Walter Christaller, którzy zapoczątkowali koncepcję ośrodków wzrostu. Lösch szczególnie akcentował przestrzenny wymiar rynku, podkreślając, iż koncentracja aktywności ekonomicznej jest jego naturalną cechą, natomiast miejsce centralne gwarantuje usługi oraz wszelkie dobra na rzecz otaczającego terenu. Może także w tym ujęciu występować proces specjalizacji obszarów specjalnych, w związku z czym ośrodki centralne mogą znacznie różnić się strukturą oferty, natomiast obszary recepcyjne będą tutaj aktywnym uczestnikiem wymiany. Z kolei Christaller akcentował hierarchiczny charakter sieci osadniczej, w której mała liczba największych ośrodków świadczy usługi o największym zasięgu przestrzennym, przy

¹¹³ R. Domański, *Gospodarka przestrzenna*, PWN, Warszawa 2002, s. 35.

¹¹⁴ A. Weber, *Theory of the Location of Industries*, University of Chicago Press, Chicago 1909, s. 26.

czym są to ośrodki dominujące oraz kontrolujące strumienie przepływów w kierunku obszarów „niecentralnych”. Badacz ten jako pierwszy porównał koncepcje ekonomiczne z turystyką. W wyniku tych badań można wnioskować, iż:

- Typ gościa zmienia się w czasie,
- Miejsca turystyczne zmieniają się oraz rozwijają z czasem,
- Doświadczenia turysty ulegają zmianom w czasie,
- Zaangażowanie się ludności miejscowej jest uzależnione od czasu,
- Wpływ na miejsce ulega przemianom w czasie,
- W nowych miejscach turystycznych pojawiają się nowe cykle.¹¹⁵

Na kształtowanie się koncepcji rozwoju turystyki znaczącą rolę miała również teoria Marshalla o okręgach przemysłowych, która rozwijała się prętnie tam, gdzie właściciele firm mogą liczyć na korzyści zewnętrzne, w szczególności związane z działalnością władzy publicznej. Do działań, które formułują korzyści dla przedsiębiorców można zaliczyć w szczególności różnego rodzaju pośrednie (m.in. edukacja oraz infrastruktura techniczna) oraz bezpośrednie (m.in. dotacje, ulgi) inwestycje publiczne.¹¹⁶

W literaturze przedmiotu można spotkać wiele odwołań do teorii bazy ekonomicznej, która zakłada, że rozwój (w szczególności regionalny) jest uzależniony od działalności eksportowej. Teoria ta umożliwia prowadzenie polityki rozwoju, która opiera się o promocję wytwarzania usług oraz dóbr poszukiwanych globalnie, czyli produktów zróżnicowanych oraz wysokiej technologii. Jest to także jednoznaczne z potrzebą pozyskiwania wyspecjalizowanych przedsiębiorców oraz promowania ich produktów. W wersji tzw. koncepcji podstawowego produktu wykorzystuje się specjalizację działalności, by zwiększyć konkurencyjność.¹¹⁷

Znaczną grupę koncepcji rozwojowych stanowią teorie, które odwołują się do klasycznej koncepcji biegunów wzrostu Francouisa Perroux. Zgodnie z nią rozwój ekonomiczny podlega procesom koncentracji, które obejmują takie czynniki jak

¹¹⁵ P. Mason, *Tourism Impacts, Planning and Management*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford-Burlington 2003 s. 21.

¹¹⁶ R. Szul, *Teorie i koncepcje w polityce regionalnej*, w: G. Gorzelak, A. Tucholska (red.), *Rozwój, region, przestrzeń*, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego – EUROREG, Warszawa 2007, s. 47.

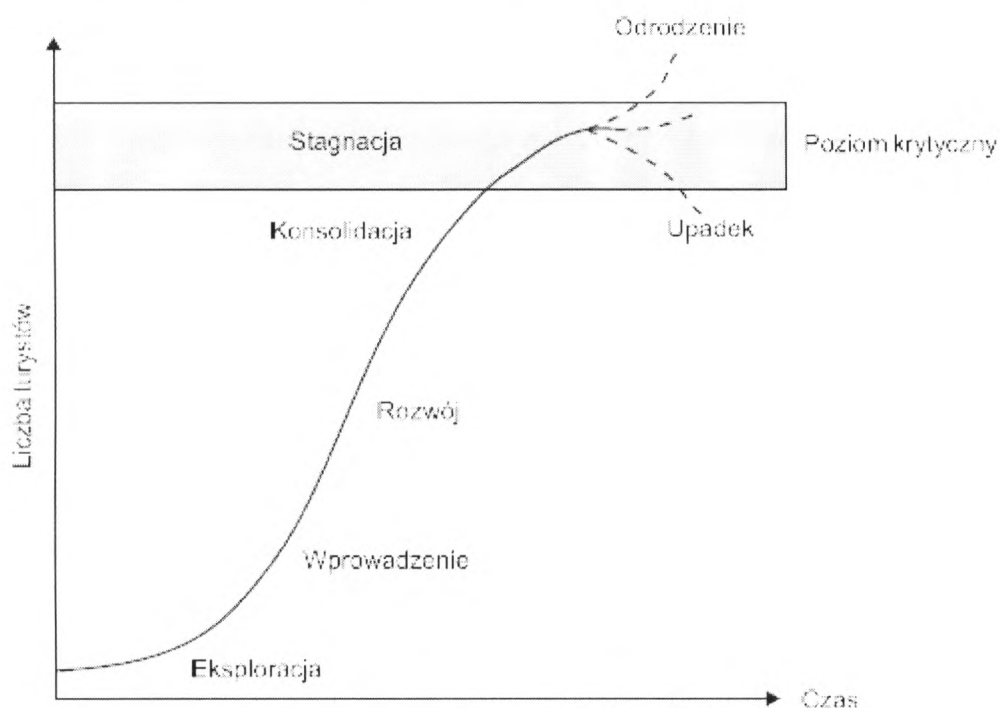
¹¹⁷ T.G. Grosse, Przegląd koncepcji teoretycznych rozwoju regionalnego, *Studia Regionalne i Lokalne* 1/2002, s. 13 – 19.

kapitał, kwalifikacje, innowacje oraz czynniki produkcji. Aktualnie zgodnie z tą koncepcją podjęto próby tworzenia ośrodków wzrostu m.in. parków technologicznych oraz przemysłowych, a także technopoli. Koncepcja ta stworzyła podstawy rozwoju wielu innych koncepcji zależności, przy czym dla niektórych stanowiła świadectwo nieprawidłowości, a nawet niesprawiedliwości w gospodarce globalnej. Dla pozostałych natomiast była rekomendacją dla polityki rozwoju, aby budować bieguny wzrostu i w ten sposób przyczyniać się do polepszenia sytuacji na obszarach oraz w krajach słabo rozwiniętych. Turystyka jest branżą, która dobrze rokuje dla transferu oraz stymulowania rozwoju. W skali świata w ujęciu turystyki coraz częściej korzysta się z tego modelu.

Do bardziej znanych koncepcji należy także model rdzenia oraz peryferii Johna Friedmanna, świadczący o tym, iż najbardziej konkurencyjne przedsiębiorstwa gromadzą się w nielicznych regionach, przede wszystkim metropoliach, które dominują nad peryferiami, a więc nad ich otoczeniem. W związku z tym procesy koncentracji rozwoju prowadzą nieuchronnie do zwiększonego rozwoju terenów rozwiniętych oraz stagnacji obszarów biednych, co przybiera formę błędnego koła, które może zatrzymać jedynie interwencja publiczna na obszarach słabo rozwiniętych.

Do najważniejszych doktryn rozwoju turystyki zaliczana jest hipoteza cyklu ewolucji obszaru turystycznego sformułowana przez Butlera. Odnosząc się do znanego modelu cyklu życia produktu, wyszczególniono sześć etapów, które mają miejsce w procesie ewolucji obszaru turystycznego.

Rysunek 4. Model ewolucji obszaru (miejsca) turystycznego Butlera



Źródło: A. Kowalczyk, *Geografia turystyki*, PWN, Warszawa 2000, s. 46.

W pierwszej fazie dokonuje się eksploracja obszaru przez nieznaczną liczbę turystów, co nie wpływa na lokalną społeczność. W kolejnej fazie wprowadzenie wzrostu liczby odwiedzin przekłada się na utworzenie nowych źródeł dochodu dla pewnej grupy mieszkańców. W fazie trzeciej, rozwija się funkcja turystyczna i stopniowo staje się jednym z podstawowych źródeł utrzymania lokalnej ludności. W tej fazie liczba turystów może być większa niż liczba mieszkańców, poważnej presji w związku z inwestycjami poddane jest środowisko przyrodnicze, a wśród inwestorów zwykle przeważają podmioty zewnętrzne. Kolejna faza, faza konsolidacji, jest związana z dominacją funkcji turystycznej w miejscowej gospodarce, co może wywoływać konflikty interesów.¹¹⁸ Faza piąta, stagnacji, jest fazą krytyczną dla przyszłości miejsca. Zahamowanie przyrostu liczby turystów skutkuje napięciami społecznymi oraz ekonomicznymi, czego efektem może być upadek funkcji turystycznej albo też ponowne jej odroczenie, zwykle w odmiennej formie.¹¹⁹

¹¹⁸ M. Derek, *Od wioski rybackiej do turystycznej enklawy? Turystyka a rozwój lokalny na przykładzie Mikołajek*, *Studia Regionalne i Lokalne* nr 2/2007, 2. 89 – 111.

¹¹⁹ A. Kowalczyk, *Geografia turystyki*, PWN, Warszawa 2000, s. 47.

3.5 Socjologia turystyki

Turystyka jest jedną z podstawowych gałęzi gospodarki, a dynamiczny rozwój w XX wieku stał się jednym z wyznaczników przechodzenia społeczeństwa uprzemysłowionego w postindustrialne. Zmiany technologiczne i rozwój cywilizacyjny wpłynął na wzrost czasu wolnego oraz oczekiwań dotyczących możliwości jego spędzania¹²⁰. A. Kamiński określa czas wolny jako tą część budżetu czasu, która może być wykorzystana na wczasowanie, życie rodzinne i obowiązki społeczne oraz aktywność przynoszącą doraźne korzyści¹²¹. Istnieje wiele różnych form spędzania czasu wolnego, przy czym na wybór tej formy bardzo często wpływa moda i warunki w jakich człowiek żyje. Turystyka umożliwia zarówno zaspokojenie potrzeb socjalizacji (wyprawy grupowe), jak też daje możliwość wypoczynku indywidualnego rozumianego z jednej strony jako ucieczka od dużych zbiorowości i związanego z tym stresu, z drugiej – dobór formy spędzania czasu wolnego do potrzeb jednostki i jej możliwości¹²². Zdaniem D. MacCannella czas wolny (próżnowanie) stało się współcześnie ważniejsze od pracy i to ona jest podstawą tworzenia nowych społecznych struktur, natomiast praca fizyczna (produkcja i wytwarzanie) w epoce postindustrialnej są coraz częściej atrakcją turystyczną pokazywaną w muzeach nauki i techniki¹²³.

Rozwój świata obok coraz lepszych warunków do życia i pracy, niesie ze sobą wiele zagrożeń dla zdrowia i życia. Należą do nich skażenie i degradacja środowiska, hałas, stres i pośpiech oraz obniżenie aktywności ruchowej. Dlatego też rośnie potrzeba wypoczynku i odprężenia oraz aktywności na świeżym powietrzu. Jednym ze sposobów spędzania czasu wolnego jest aktywność rekreacyjna – w potocznym ujęciu obejmuje wszystkie działania podejmowane w czasie wolnym i ma zazwyczaj charakter intencjonalny, przy czym nie jest związana z czynnościami życia codziennego. Rekreacja służy bowiem odnawianiu sił fizycznych i psychicznych człowieka za pomocą rozmaitych form aktywności umysłowej lub fizycznej, ale

¹²⁰ A. Kowalczyk, *Geografia turystyki*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 200, s. 20.

¹²¹ Kamiński A., *Funkcje pedagogiki społecznej. Praca socjalna i kulturalna*, PWN, Warszawa 1975, s. 352

¹²² D. Nęcka, J. Żbikowski, *Tendencje organizacyjne i programowe w rekreacji ruchowej*, w: Z. Kubińska, B. Bergier, *Rekreacja ruchowa w teorii i praktyce*, PWSZ Biała Podlaska, Biała Podlaska 2005, s. 19

¹²³ K. Podemski, *Socjologia podróży*, Poznań 2005, s. 59.

innych niż wynikające z obowiązków codziennego życia: edukacyjnych, zawodowych, rodzinnych, społecznych oraz potrzeb bytowych. Do rekreacji należą zarówno formy bierne (pracujący w tzw. ruchu preferują wypoczynek fizycznie bierny: czytelnictwo prasy, oglądanie telewizji, słuchanie radia, praca i zabawa z komputerem), jak i czynne – w tym rekreacja fizyczna, ruchowa (sport, turystyka) oraz kulturalno-oświatowa (hobby, nauka dla przyjemności, uprawianie sztuki, rozwijanie innych zainteresowań)¹²⁴. Rekreacja jest zatem sposobem organizowania czasu wolnego i obejmuje trzy sfery aktywności człowieka: poznawczą, emocjonalną, i motoryczną. Rekreacja pełni wiele funkcji, ale ogólnie przyczynia się do zdrowia psychicznego i fizycznego człowieka¹²⁵. Rekreacja pozwala na „wykorzystanie czterech naturalnych czynników: ruch, powietrze, słońce, woda. (...). Rekreacja w plenerze w pełni zaspokaja biopsychiczne potrzeby współczesnego człowieka”¹²⁶. Wartości poszukiwane w aktywności na świeżym powietrzu wiążą się w znacznej mierze emocjami człowieka – z zadowoleniem wynikającym z zaspokojenia ambicji lub potrzeb estetycznych. Druga grupa to wartości intelektualne związane z dążeniem do zaspokojenia ciekawości oraz aktywnego i twórczego życia. Grupa trzecia dotyczy zaspokojenia wartości duchowych – podniesienie wiary w siebie, poczucia wolności, spokoju i niezależności. Ostatnia grupa to wartości cielesne – aktywny wypoczynek pozytywnie wpływa bowiem na urodę i dobre samopoczucie¹²⁷.

Jedną z form rekreacji jest turystyka. Pojęcie turystyki stosowane jest w dwojakim znaczeniu: przyjemnościowym, jako sposób realizacji osobistych potrzeb i motywów oraz wypełniania czasu wolnego¹²⁸ oraz statystyczno-ekonomicznym, w którym traktowany jest jako przedmiot ruchu podróży na świecie, którego zmierzenie i ujęcie statystyczne wymaga stosowania konkretnych kryteriów ilościowych. Turystykę definiuje się w różnorodny sposób, ze względu na szeroki zakres usług jaki ona obejmuje. Zdaniem K. Przecławskiego turystyka jest

¹²⁴ J.J. Tomaszewski, *Zasady zachowania zdrowia*, Komisja Profilaktyki Zarządu Głównego Polskiego Towarzystwa Kardiologicznego, Lublin 1993, s.11.

¹²⁵ Aktywność rekreacyjna przez cały rok http://naukasos.pl/4437_aktywnosc-rekreacyjna-przez-caly-rok.html

¹²⁶ D. Nęcka, J. Żbikowski, op. cit., s. 19

¹²⁷ S. Toczek-Werner, *Trendy obserwowane w rekreacji na świeżym powietrzu*, [w:] J. Wyrzykowski, K. Klementowski, *Współczesne tendencje w turystyce i rekreacji*, AWF we Wrocławiu, Wrocław 2004, s. 111.

¹²⁸ Zob. R. Łazarek, *Ekonomika turystyki. Wybrane zagadnienia*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 1999, s. 25.

jednocześnie zjawiskiem psychologicznym, społecznym, ekonomicznym, przestrzennym oraz kulturowym”¹²⁹. Turystyka jako zjawisko przestrzenne oznacza wpływ na lokalny ład przestrzenny, rozwijając go przez nowe inwestycje i infrastrukturę turystyczną i burząc przez przekształcanie krajobrazu i np. przyczynianie się do degradacji otoczenia. Z kolei jako zjawisko psychospołeczne wiąże się z więziami społecznymi stającymi się udziałem osób uczestniczących w turystyce, określonymi motywami podróży, realizacją potrzeb i osiągnięciem celów związanych z określonymi wartościami. Turystyka to jednak nie tylko emocje i przeżycia, zmiana zachowania wobec drugiego człowieka i środowiska, ale również zjawisko ekonomiczne z prawem podaży i popytu rynku turystycznego¹³⁰. Według R. Łazarka turystyka to również zjawisko społeczne i forma zaspokojenia ludzkich potrzeb wyższego rzędu w piramidzie Masłowa (potrzeba samorealizacji), w związku z tym wymaga spełnienia pewnych warunków, wśród których najważniejszą rolę odgrywa czas wolny jako najistotniejszy społeczny warunek rozwoju.¹³¹ T. Tyblewski uważa natomiast, że turystyka rozwija postawy prokulturowe (zainteresowanie kulturą, kontaktem z nią, uczestnictwa w kulturze, doskonalenia środowiska) oraz pronaturowe (opiekuńczość wobec dzieł natury, odpowiedzialność za naturę, szacunek dla życia)¹³².

Bardzo ważnym elementem sposobu spędzania czasu wolnego są czynniki ekonomiczne – rozwój gospodarki oraz ogólny wzrost popytu na usługi turystyczne. W przypadku turystyki istotny jest z jednej strony wzrost ilości czasu wolnego, z drugiej – wzrost dochodów ludności. Gospodarka rynkowa umożliwiła ponadto rozwój biznesu turystycznego i możliwości świadczenia usług dla turystów. Wśród czynników społecznych decydujące znaczenie ma siła nabywcza określa wybór standardu i rodzaju usług turystycznych oraz miejsca i kategorii spędzenia czasu wolnego. Nie bez znaczenia jest również liczba dni wolnych pozostających do dyspozycji turystów – w Polsce są to najczęściej weekendy i krótkie wyjazdy turystyczne. Czynnikiem społecznym jest również chęć do poznawania nowych miejsc i obcowania z naturą.

¹²⁹ K. Przeclawski, Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki, Wydawnictwo Albis, Kraków 1997, s. 31.

¹³⁰ W. W. Gaworecki, Turystyka. Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Warszawa 2003, s. 22.

¹³¹ D. Milewski, Regionalne uwarunkowania rozwoju turystyki na przykładzie województwa zachodniopomorskiego, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2004, s. 49. Por. J. Helnarska, Międzynarodowy ruch turystyczny w Unii Europejskiej, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2004, s. 104.

¹³² T. Tyblewski, Ideał wychowawczy w turystyce, „Ruch pedagogiczny” nr 6/1975.

Niezwyczajnie ważnym elementem stają się czynniki techniczne, w tym zwłaszcza rozwój transportu (wzrost mobilności społeczeństwa), który ułatwia i przyspiesza zmianę miejsca pobytu turystów. Jest to nie tylko wzrost liczby środków transportu, ale również ich dostępność, szybkość, komfort przejazdu, bezpieczeństwo podróży oraz obniżenie kosztów przejazdu. Wpływa na to również rozbudowa autostrad, dróg szybkiego ruchu i kolejowych linii expressowych dodatkowo skracają czas podróży. Do tej grupy czynników należy również rozwój technologii informatycznych i możliwość planowania długości spływu, miejsca jego rozpoczęcia i zakończenia, zamówienia niezbędnego, rezerwacja noclegów i dokonania płatności za pomocą komputera i Internetu. O formie spędzania czasu wolnego decydują również walory turystyczne – atrakcyjne turystycznie miejsce musi posiadać dodatkowe elementy przyciągające turystów: czynniki przyrodnicze (mikroklimat, malownicze rzeki, rwące potoki, jeziora) oraz czynniki pozaprzyrodnicze (zabytki). Organizacja wypoczynku i zorganizowane formy turystyki, zagospodarowanie turystyczne i dostępność dóbr turystycznych związanych z obsługą ruchu turystycznego to kolejne czynniki wpływające na sposób spędzania czasu wolnego¹³³.

Czynniki te wpłynęły również na jakość wypoczynku, co w połączeniu z rosnącymi wymaganiami turystów przyczyniło do zmian preferencji turystycznych oraz wzrostu znaczenia turystyki aktywnej. Jak zauważa Zaręba, w miejsce wyjazdów 3S (sun, sea, sand – słońce, morze, plaża) zaczęły wchodzić podróże 3E (entertainment, excitement, education – rozrywka, ekscytacja, nauka). Najważniejszymi czynnikami zmian są według autora zmiany cywilizacyjne, dynamiczny rozwój miast, rosnące tempo życia, stratyfikacja dochodów, konieczność odnowy sił fizycznych i psychicznych, zmiana modelu życia opartym na aktywności fizycznej, chęć ucieczki od cywilizacji i powrót do natury, dążenie do poszerzania horyzontów przez poznawanie egzotycznych krajów i kultur oraz chęć oderwania się od rutyny i monotonii codziennego życia¹³⁴.

¹³³ A. Gordon, A. Świątecki, W. Wandowicz, Cudze chwalicie...Wybrane elementy geografii turystycznej Polski. Agencja Wydawniczo-Reklamowa „Dino”, Warszawa 1994, s.104-105.

¹³⁴ T. Łobożewicz, R. Kogut (red.), Turystyka aktywna, turystyka kwalifikowana, Materiały pokonferencyjne I Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej – Metodycznej, Hawa 23 – 24 października 1998., Warszawa 1999, s. 10

Turystyka w ujęciu statycznym traktowana jest jako fragment rzeczywistości społecznej, w ujęciu dynamicznym – oznacza zbiór pewnych procesów społecznych, które dokonują się w turystyce i jej otoczeniu. Ze społecznego punktu widzenia powstanie i rozwój turystyki wiąże się z negatywnym dostosowaniem człowieka do środowiska, stając się zjawiskiem równoważącym tempo i warunki współczesnego życia. Wraz bowiem ze z rozwojem cywilizacyjnym nastąpił wzrost zapotrzebowania na turystykę oraz możliwości jej realizacji. Rozwój przemysłowy oznaczał bowiem rozwój możliwości podróżowania oraz wzrost liczby osób przemieszczających się w związku ze sferą zawodową, socjalną i osobistą. Zmieniające się potrzeby ludzkie spowodowały, że turystyka stała się elementem w hierarchii potrzeb Masłowa – pierwotnie fazy samorealizacji, a wraz ze wzrostem zamożności współczesnych społeczeństw przestała być traktowana jako potrzeba wyższego rzędu, obecnie stając się dobrem podstawowym¹³⁵.

Stymulatorem rozwoju rynku turystycznego stało się dążenie do dostosowania podaży usług turystycznych do potrzeb turystów (popytu). Popyt turystyczny według W. Hunzikera i K. Krapfa to suma dóbr turystycznych, usług, i towarów, które turyści skłonni są nabyć przy określonym poziomie cen¹³⁶. Popyt turystyczny jest to zatem zapotrzebowanie na określone produkty turystyczne w określonym czasie i przy określonych cenach, którego nieodłączną cechą jest kompleksowość (usługi transportowe, żywieniowe, noclegowe, przewodnickie) oraz substytucyjność (podróżujący może korzystać podczas jednego wyjazdu z różnych przewoźników, nocować w różnych obiektach). Specyficzną cechą popytu turystycznego jest to, że kupowanie dóbr turystycznych w określonym miejscu wiąże się często z nabyciem prawa do korzystania z takich dóbr jak czyste powietrze (opłata klimatyczna). Dla wszystkich rynków, wśród tych również turystycznych, czynnikiem kształtującym wielkość popytu jest cena produktu oraz dochody pozostające w dyspozycji klientów. Popyt turystyczny ma oprócz tego wiele innych determinantów. W literaturze przedmiotu najczęściej wymieniane są czynniki ekonomiczne (ceny

¹³⁵ W. Gaworecki, *Turystyka*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2007, s. 89.

¹³⁶ W. Hunziker, K. Krapf, *Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre* [w:] *Tłumaczenia materiałów dotyczących statystyki ruchu turystycznego w różnych krajach*, Zakład Prawnych i Ekonomicznych Zagadnień Turystyki przy SGPiS, Warszawa 1961, s. 17.

produktów i usług turystycznych, dochody konsumentów, dostępność infrastruktury turystycznej) oraz warunki pozaekonomiczne (walory przyrodnicze i zanieczyszczenie środowiska, poziom urbanizacji i industrializacji, kształtowanie nowego modelu konsumpcji społecznej, ilość czasu wolnego, panująca moda na określony sposób wypoczynku i region wyjazdów)¹³⁷. Elastyczność dochodowa popytu turystycznego w bezpośredni sposób uzależniona jest od rodzaju turystyki – jest znacznie większa dla wyjazdów zagranicznych niż krajowych (mocna reakcja na spadek koniunktury gospodarczej), stosunkowo mała w przypadku produktów turystycznych o charakterze luksusowym. Charakterystyczne jest również to, że jest znacznie większa od elastyczności na inne dobra konsumpcyjne. Również elastyczność cenowa popytu turystycznego jest różna dla poszczególnych strumieni ruchu. Popyt turystyczny w czasie podróży służbowych jest znacznie bardziej elastyczny niż w trakcie wyjazdów dla własnej przyjemności, przy czym ten ostatni kształtowany przez czynniki społeczne i psychiczne związany jest z nietypowymi reakcjami na ceny i jest bardziej elastyczny niż popyt na dobra pozaturystyczne w miejscu zamieszkania. Elastyczność popytu jest znacznie większa w przypadku produktów niepowtarzalnych oraz usług o wysokim standardzie (luksusowych) niż typowych o cenie umiarkowanej. Dzięki temu elastyczność cenowa w miejscu wypoczynku jest znacznie większa, a cena usług w stosunku do standardowych jest stosunkowo wysoka. Turysta jest w stanie zapłacić nieco więcej tylko po to, by znaleźć się w określonym miejscu, w określonym czasie. Oczywiście proponowana cena jest tym wyższa im lepszy jest standard hotelu, im lepsze jest zagospodarowanie okolicy i im atrakcyjniejsze formy spędzania wolnego czasu są do dyspozycji w najbliższym otoczeniu. Zależy to jednak w bezpośredni sposób od wysokości uzyskiwanych dochodów – reakcja na cenę jest silna w grupie, która tylko nieznacznie przekroczyła próg dochodowy, umożliwiającą włączenie się do konsumpcji turystycznej lub też włączyły się do konsumpcji nie osiągając tego progu. Elastyczność cenowa jest znacznie wyższa podczas podróży wypoczynkowych w porównaniu do podróży poznawczych i specjalistycznych. Istotną cechą dla popytu turystycznego jest jego restytucja (odnawialność). Oznacza ona skłonność turysty do ponownego zakupu tego samego rodzaju produktu turystycznego co poprzednio

¹³⁷ Tamże, s. 17.

skonsumowany oraz w przypadku wzrostu dochodów – możliwość zakupu produktu o wyższej jakości lub spełniającego inne warunki stawiane przez turystę (nowoczesność, moda). Popyt turystyczny cechuje również stosunkowo duża mobilność, czyli możliwość przemieszczania się do miejsc występowania podaży, w znacznym oddaleniu przestrzennym od miejsca stałego zamieszkania oraz podejmowanie decyzji o zakupie w znacznym oddaleniu czasowym. Wiąże się również dużym ryzykiem i poziomem niepewności, ponieważ konsument może skonfrontować swoje oczekiwania z jakością świadczonych mu usług turystycznych i atrakcyjnością walorów turystycznych dopiero w miejscu występowania podaży. Popyt turystyczny jest również związany z sezonowością wyjazdów. Charakterystyczne są dla niego duże wahania okresowe oraz nierównomierność jego rozłożenia w czasie i przestrzeni. Turystyka jako rodzaj aktywności bardzo mocno uwarunkowana jest przez zjawisko sezonowości, przy czym wielkość jego wpływu zależna jest od rodzaju uprawianej turystyki. Sezon turystyczny w turystyce uzdrowiskowej, religijnej czy miejskiej uprawianej w miejscach atrakcyjnych z powodu interesującej architektury czy klimatu trwa niemal cały rok. W przypadku turystyki opartej na walorach wypoczynkowych czy sportowych, długość sezonu ograniczana jest przez warunki atmosferyczne i tylko w okresach sprzyjających warunków klimatycznych¹³⁸.

Podaż turystyczna jest dość złożonym pojęciem i w wąskim znaczeniu oznacza ona wolumen dóbr i usług oferowanych do sprzedaży turystom. W znaczeniu szerokim dotyczy natomiast całokształtu podejmowanych działań wszystkich podmiotów prowadzących działalność zmierzającą do zaspokojenia popytu turystów¹³⁹. Według R. Łazarka natomiast podaż turystyczna to "taka ilość dóbr i usług turystycznych, którą przy określonej cenie wewnętrznej (turystyka krajowa) lub kursie wymiany waluty danego kraju (turystyka zagraniczna) producenci są skłonni odstąpić nabywcom krajowym lub zagranicznym"¹⁴⁰. Ponadto w literaturze przedmiotu charakteryzowana jest jako zbiór dwóch różnych rodzajów podaży pierwotnej, do której zalicza się rzeczywistość przyrodniczą, stosunki społeczno-kulturowe,

¹³⁸ J. Altkorn, *Marketing w turystyce*, PWN Warszawa 1994, s. 67 i nast.

¹³⁹ E. Denek, G. Gołembski, *Kompendium wiedzy ... op. cit.*, s. 20

¹⁴⁰ R. Łazarek, *Ekonomika turystyki*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Warszawie, Warszawa 2001, s.41

urządzenia infrastruktury ogólnej (ważne przy turystyce motywowanej przez czynniki fizyczne) oraz wtórnej, do której włącza się podstawy materialno-organizacyjne turystyki w postaci instytucji i urządzeń infrastruktury turystycznej (duże znaczenie przy turystyce uwarunkowanej prestiżem)¹⁴¹. Podaż turystyczna to nie tylko elementy ściśle związane z turystyką. Tworzą ją również elementy tzw. para turystyczne, których istnienie nie jest związane wyłącznie z obsługą turystyki. Należy do nich baza towarzysząca, w tym istniejące obiekty sportowe i kulturalne. Ponadto, w skład produktu turystycznego wchodzi wiele usług oraz urządzeń związanych z infrastrukturą ogólną państwa – a zatem jakość usług i ich zakres pozostaje w ścisłym związku z sytuacją gospodarczą państwa. Trzeba zwrócić uwagę również na substytucyjny oraz komplementarny charakter produktów turystycznych. W pierwszym przypadku klient ma możliwość zaspokojenia swoich potrzeb przez produkty położone w różnych miejscach i o różnej jakości i standardzie. Komplementarność oznacza natomiast, że podaż turystyczna ma charakter łączny, a produkcja jednego komponentu powoduje automatycznie podaż innych. Istotne jest przy tym, że urządzenia te mają charakter inwestycji kapitałochłonnych, a podaż turystyczna wiąże się z dużym udziałem kosztów stałych i stosunkowo niskimi kosztami zmiennymi. Ponadto, jest sztywna w układzie przestrzennym i uzależniona od występowania walorów turystycznych, które mają na ogół niskie walory z punktu widzenia produkcji materialnej.

W literaturze socjologicznej wskazuje się, że turystyka jest nie tylko ważnym źródłem dochodów budżetowych, ale jest także istotnym czynnikiem przemian społecznych. Rozwój turystyki pobudza bowiem regiony turystyczne, stwarza nowe miejsca pracy i aktywizuje rozwój infrastruktury technicznej i społecznej. Oprócz bowiem dążenia do zaspokajania potrzeb indywidualnych turystyka nieodłącznie wiąże się z zaspokajaniem potrzeb społecznych. W ramach motywacji indywidualnych uprawiania turystyki wymieniane są potrzeby naśladownictwa, styczności z innymi kręgami kulturowymi i cywilizacyjnymi, dążenie do wyodrębnienia się z grupy i wzbudzenia uznania oraz ucieczka od codziennego życia. Jako czynniki społeczne wskazywane są bezpośrednie kontakty pomiędzy dwoma społeczeństwami oraz

¹⁴¹ A. Panasiuk (red.), *Ekonomika Turystyki*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 300.

wejście we wzajemną interakcję. Nadawcą komunikatu może być zarówno osoba oferująca określone usługi lub reklamująca określone miejsce (przekazem są wówczas dobra kultury i środowisko naturalne), jak też turysta wysyłający określone informacje na temat swoich oczekiwań do ludności zamieszkującej odwiedzane obszary. Tworzą się w ten sposób zależności i wymiana wartości. Trzeba przy tym pamiętać, że rozwój turystyki pociąga za sobą przeobrażenia w wielu dziedzinach życia ludności terenów odwiedzanych (zmiany w obszarze kulturowym, ekonomicznym, społecznym, psychologicznym i ekologicznym), przy czym z socjologicznego punktu widzenia istotne są przemiany zachodzące pod wpływem turystyki w świadomości, postawach i zachowaniu, przemiany norm społecznych i systemów wartości – zarówno wśród turystów, jak też społeczności regionów przez nich odwiedzanych. Przemiany te wiążą się z rozpowszechnianiem się ideologii, poglądów oraz standardów życia¹⁴².

Wskazać w tym miejscu należy teorię J. Jafariwa, który nawiązując do funkcjonalnej teorii systemów, w obrębie systemu światowego ruchu turystycznego wyróżnił dwa systemy – system wysyłający czyli codzienność (zaliczając do nich kraje rozwinięte, zwłaszcza aglomeracje miejskie) oraz system przyjmujący czyli niecodzienność (obszary będące celem podróży). System wysyłający umożliwia regenerację sił fizycznych i psychicznych poprzez rekreację. Z kolei w obrębie systemu przyjmującego zachodzi znacznie więcej procesów, bowiem dochodzi do zetknięcia się ze sobą turystów pochodzących z różnych kultur oraz turystów (osób zorientowanych na spędzanie czasu wolnego – gości) z osobami zajętymi pracą i codziennymi obowiązkami (mieszkańców - gospodarzy). W wyniku tego zetknięcia się kultur dochodzi do przemian w systemie przyjmującym, które mogą przynieść mu wiele korzyści i przyczynić się do jego rozwoju, ale jednocześnie stwarzają zagrożenie dla jego tożsamości. W rezultacie napływu turystów kultura systemu przyjmującego staje się bowiem kulturą „mieszaną”¹⁴³.

W ocenie zachowań turystyczno rekreacyjnych i ich motywacji przywołać należy również koncepcję L. Turnera oraz J. Asha, odwołujących się do teorii

¹⁴² K. Podemski: Turystyka zagraniczna jako przedmiot badań socjologii. Przegląd koncepcji. Propozycje, Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny, zeszyt 3, 1981, s. 269.

¹⁴³ Kurek W., Mika M., Turystyka jako przedmiot badań naukowych [w:] Kurek W. (red.), Turystyka, Warszawa 2007, s. 33

kompensacji. Według tej teorii głównym motywem uprawiania turystyki jest chęć ucieczki mieszkańców bogatych, ale zanieczyszczonych krajów uprzemysłowionych do biednych, ale czystych krajów z peryferii. W ten sposób preferencje i zachowania masowych turystów można opisać za pomocą wspomnianego modelu 3„S”, przy czym sun, sand, sea, może być rozszerzone o czwarte S czyli sex. Według L. Turnera i J. Asha na peryferiach turyści odnajdują prostotę i egzotykę kompensującą im codzienną rutynę i złożoność, przy czym demokratyzacja i wzrost stopy życiowej w coraz większej liczbie krajów oraz tzw. „konsumpcja na pokaz” (fotografia umożliwiająca podróż z fotela) wpływa na zmiany modelu. L. Turner i J. Ash zwracają również na związany z turystyką paradoks – ludzie potrzebują czasu wolnego, aby móc uprawiać turystykę, ale to ona właśnie stanowi czynnik motywujący ludzi do intensywniejszej pracy – aby mieć środki na realizację zamierzeń i wybór sposobu spędzenia wolnego czasu pracując coraz więcej¹⁴⁴.

Duże znaczenie dla socjologii turystyki ma również teoria D. MacCannella, która pokazuje turystę w jego otoczeniu społecznym oraz zmiany jakie zachodzą w strukturze społeczeństw. Według tej teorii dla turystów istotną wartością jest zdobywanie autentycznych doświadczeń, dlatego ma miejsce ich wnikanie w kulturę odwiedzanych społeczności – nawet w warunkach umasowienia turystyki i dążenia do szybkiego powierzchownego doświadczania obcych miejsc i ludzi¹⁴⁵. Wskazuje również że następuje wyraźne przesuwanie się przywilejów przynależnych niegdyś klasie wyższej w dół drabiny społecznej – do klas średnich. Odmienne niż Turner i Ash, podkreśla pozytywne aspekty nasilenia się zjawiska turystyki – głównie w postaci rozprzestrzeniania przez turystów tradycyjnych i nowoczesnych wartości kulturowych. Według niego ważnym motywem wyjazdu turysty jest pragnienie odbycia „pielgrzymki ze współczesnego świata” i dotarcie do autentycznej atrakcji, które stają się jego zdaniem znaczącymi symbolami społecznymi. MacCannell odwołuje się do koncepcji dramaturgicznej E. Goffmana i twierdzi, że turyści poszukując autentyzmu padają ofiarą przemysłu turystycznego, który udostępnia im jedynie specjalnie spreparowane przedstawienia – oprócz symboli przyciągających

¹⁴⁴ K. Podemski, *Socjologia podróży*, Poznań 2005, s. 40-42.

¹⁴⁵ M. Gulda, *Socjologia. Wprowadzenie do socjologii turystyki*, Gdańsk 2009, s. 155-156.

turystów, masowa turystyki przyczynia się do powstawania specjalnie wyodrębnionych przestrzeni pełniących rolę turystycznej scenografii (parki rozrywki np. jest Disneyland) oraz inscenizacji, które co prawda znajdują się blisko prawdziwych działań społecznych, ale sztucznie tworząc miejsca o unikalnym charakterze¹⁴⁶.

Jako podsumowanie socjologicznego podejścia do zagadnień turystyki przytoczyć można dziewięć tez J. Urrego. Zgodnie z nimi uznać należy, że turystyka to czynność należąca do sfery czasu wolnego z założenia przeciwstawna sferze pracy – wiąże się bowiem nieodłącznie z koniecznością odbycia podróży – turystyka wywodzi się z przemieszczania w przestrzeni pobytu ludzi w różnych miejscach przeznaczenia. Podróż turysty oznacza pobyt w nowym miejscu i wiąże się zawsze z nowymi doświadczeniami – zasadą jest, że wykraczają one poza jego stałe, rutynowe miejsce zamieszkania i pracy, przy czym czas pobytu jest ograniczony, a osoba wyjeżdżająca wraca do miejsca, z którego wyruszyła w podróż. zasada jest również, że miejsca, które oglądają turyści, nie są związane z wykonywaną przez nich pracą. Turystykę uprawia coraz większa część populacji w nowoczesnych społeczeństwach, a wyjazd turystyczny symbolizuje status społeczny, przy czym wybór miejsc, wyjazdu turystycznego przez turystów poprzedzają nie tylko marzenia, ale również określone działania podejmowane społecznie poza turystyką (kultura masowa, programy telewizyjne, prasa). Turysta kieruje się do miejsc, które są odmienne od zwykłego jego życia i rutynowych doświadczeń, dlatego równie ważne są dla niego zarówno elementy krajobrazu naturalnego, jak też krajobrazu miejskiego – są one postrzegane jako niezwykle, bowiem turystę cechuje większa niż w normalnych warunkach wrażliwość na elementy wizualne krajobrazu. Ludzie zatrzymują spojrzenie uwieczniając obraz na fotografii, przy czym częściej zatrzymują się przy obiektach znanych z filmów i widokówek. W ten sposób turysta poszukuje i kolekcjonuje określone znaki charakterystyczne dla odwiedzanego miejsca. Umożliwia to przemysł turystyczny, który z jednej strony dąży do reprodukcji każdego nowego obiektu turystycznego, a jednocześnie dokonuje hierarchizacji atrakcji turystycznych, Są one

¹⁴⁶ K. Przeclawski, Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki, Kraków 2004, s. 56.

coraz częściej ustrukturyzowane zgodnie z interesami turystycznego biznesu – zapewnić w najlepszy sposób oczekiwania różnych grup społecznych¹⁴⁷.

3.6 Wpływ turystyki na rozwój regionalny i lokalny

W turystyce istotną rolę odgrywa miejsce oraz przestrzeń. Prężnie rozwijający się sektor turystyczny może stanowić siłę napędową regionu. W innych przypadkach sektor ten może być uznany za jedną z dziedzin, które powinny być wkomponowane w rozwój danego regionu.¹⁴⁸

Coraz szybszy rozwój turystyki skutkuje licznymi konsekwencjami gospodarczymi i społecznymi przejawiającymi się w regionach powiązanych z obsługą ruchu turystycznego. Skutki ekonomiczno-społeczne wynikają zwłaszcza z faktu, iż turystyka zajmuje ważne miejsce w gospodarce. Dzieje się tak z uwagi na zwiększenie liczby turystów, a więc także sektora ich obsługującego. Z charakteru działalności turystycznej wynika powstanie licznych wzajemnych relacji z wieloma innymi sektorami wykorzystywanymi w procesie obsługi turystów. Odpowiednie wykorzystanie pozytywnych skutków rozwoju turystyki, przy równoczesnej minimalizacji jej negatywnych efektów, stanowi główną determinantę rozwoju obszarów recepcji turystycznej, zwłaszcza tych, których funkcjonowanie przebiega pod presją funkcji turystycznej. Posiada ono także znaczny wpływ na gospodarkę regionów emisji turystycznej oraz tranzytowych.

W ujęciu regionalnym turystyka, w zależności od atrakcyjności turystycznej danego regionu, może być czynnikiem polaryzującym, stymulującym albo neutralnym dla rozwoju regionu¹⁴⁹.

Wpływ o charakterze polaryzującym jest charakterystyczny dla regionów, które posiadają wysoką atrakcyjność turystyczną, w których obok wysokiej rangi walorów turystycznych oraz infrastruktury, występują sprzyjające warunki ekonomiczne dla

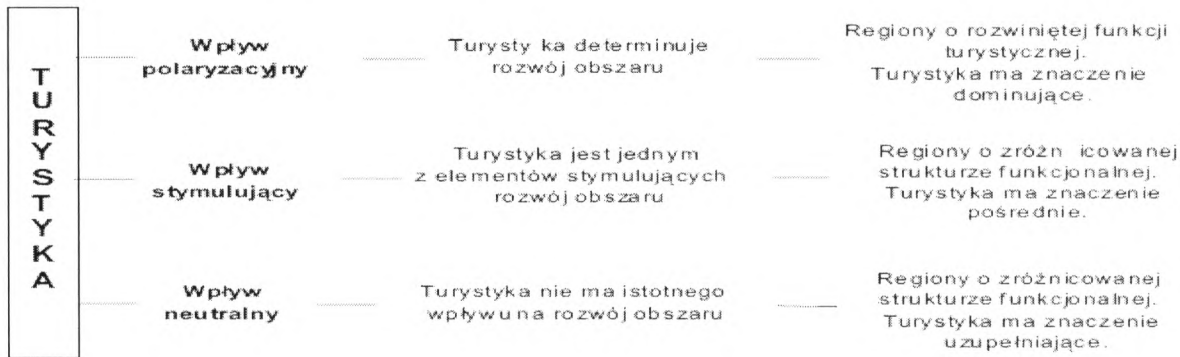
¹⁴⁷ K. Podemski, *Socjologia podróży*, Poznań 2005, s. 74-77.

¹⁴⁸ E. Łaźniewska (red.), *Turystyka w rozwoju lokalnym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Poznań 2012, s. 18.

¹⁴⁹ A. Komak, A. Rapacz, *Zarządzanie turystyką i jej podmiotami w miejscowości i regionie*, Wydawnictwo AE im O. Langego we Wrocławiu, Wrocław 2001, s. 35.

rozwoju pozostałych sektorów gospodarki. Zwiększający się ruch turystyczny oraz sfera jego obsługi stwarzają odpowiednie warunki dla rozwoju innych (niż turystyka) dziedzin gospodarczych, których funkcjonowanie jest uzależnione (pośrednio albo bezpośrednio) od turystyki. Taki stan stwarza warunki dla kompleksowej specjalizacji regionu, oznaczającej, iż rozwój wszystkich dziedzin gospodarczych w regionie jest determinowany przez turystykę. Natomiast oddziaływanie stymulujące rozwój społeczno-gospodarczy jest charakterystyczne dla regionów, w których turystyka ma tylko pośredni wpływ na gospodarkę obszaru, ponieważ funkcjonują w nim inne sektory gospodarki, które posiadają znaczenie dominujące. Turystyka pełni wtedy rolę czynnika dodatkowo stymulującego rozwój obszaru. Z kolei neutralne znaczenie turystyki występuje w regionach, gdzie turystyka nie ma znaczącego wpływu na rozwój społeczno-gospodarczy, lecz pozostaje elementem go uzupełniającym.¹⁵⁰

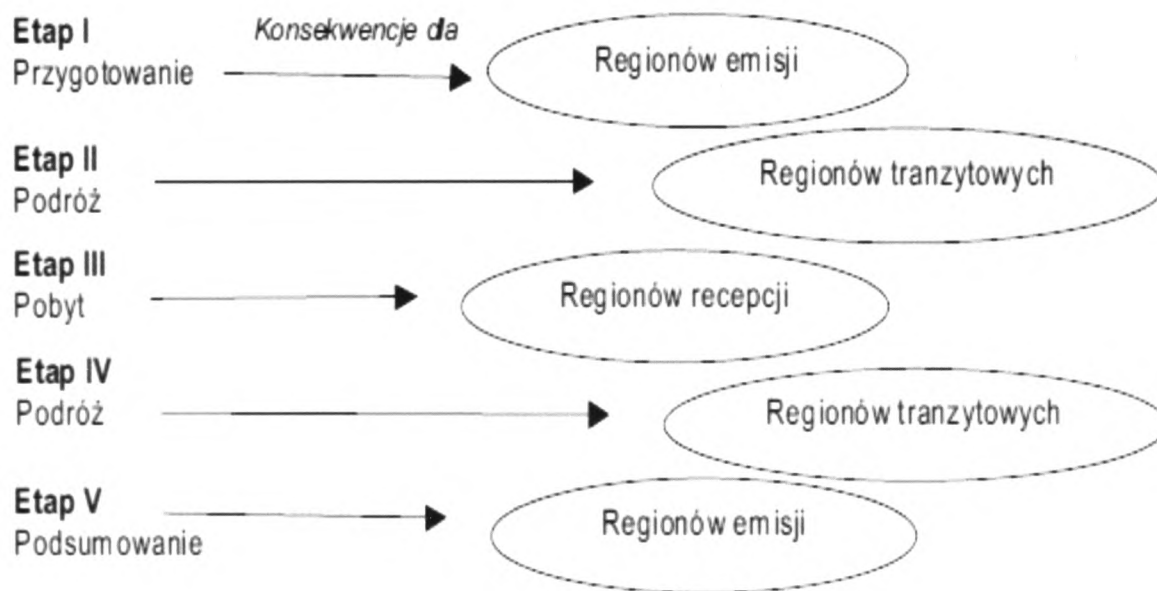
Rysunek 5. Wpływ turystyki na rozwój obszaru



Źródło: B. Meyer, *Turystyka jako determinanta rozwoju obszaru*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 437/2006, s. 307 – 319.

Znaczenie turystyki dla gospodarki regionów uwidacznia się na każdym etapie podróży turystycznej: przygotowania (region emisji), popytu (region recepcji), przejazdu do miejsca docelowego oraz z powrotem do miejsca stałego zamieszkania (regiony tranzytowe), a także podsumowania (region emisji).

¹⁵⁰ B. Meyer, *Turystyka jako determinanta rozwoju obszaru*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 437/2006, s. 307 – 319.



Źródło: B. Meyer, *Turystyka jako determinanta rozwoju obszaru*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 437/2006, s. 307 – 319.

Turystyka na poziomie lokalnym nie tylko oddziałuje na miejscową gospodarkę, ale także na lokalne społeczności. Relacje turyści-mieszkańcy można wyjaśnić za pomocą czterech teorii:

1. Teorii konfliktu Johna Nasha i Alberta Cohena – turystyka staje się formą imperializmu (konflikt interesów – jedni wypoczywają, natomiast inni pracują),
2. Teorii wymiany Bartoszewicza – turysta to nie wróg, ale usługobiorca. Społeczność lokalna przyswaja sobie fakt obecności turystów dzięki temu, iż następuje przepływ rzeczy, ludzi, informacji, pieniędzy oraz wartości,
3. Etnometodologii Irwinga Goffmana – wszystkie strony posiadają pewne role społeczne,
4. Interakcjonalizmu symbolicznego Deana Mc Cannella – motywem turystyki jest spotkanie z ludźmi oraz ich kulturą. Turysta pragnie poznać oraz zrozumieć symbole przekazywane przez ludność miejscową, w związku z tym doświadcza czegoś nowego, wzbogacając własną jaźń takimi przeżyciami: wszystko inne (gospodarka turystyczna, przemiany, które zachodzą w zbiorowościach odwiedzanych) jest konsekwencją głównego faktu symbolicznej interakcji.

Turystyka wpływa na rozwój lokalny oraz regionalny nie tylko w sposób pozytywny, ale także negatywnie. Tabela 2 prezentuje bilans zysków oraz strat spowodowanych przez turystę w społecznościach recepcyjnych. Można zaobserwować, że w każdej sferze (społecznej, kulturowej, ekologicznej) wyszczególnić można zarówno zyski jak i straty.

Tabela 2. Bilans zysków i strat powodowanych przez turystę w społecznościach recepcyjnych

Sfera	Zmiany	
	Dodatnie	Ujemne
społeczna	<ul style="list-style-type: none"> - wzrost tendencji do uprawiania turystyki - pojawienie się nowej elity - wzbogacanie treści oświatowych - atrakcyjniejsza oferta w zakresie spędzania czasu wolnego - postęp cywilizacyjny - zmiana modelu rodziny (model partnerski) 	<ul style="list-style-type: none"> - gościnność kupiecka - osłabienie więzi rodzinnych - osłabienie więzi sąsiedzkich - rozwarstwienie społeczne - spadek religijności - nasilenie patologii społecznych - zatłoczenie dróg i wzrost liczby wypadków - zagrożenie zdrowia - niewykorzystanie infrastruktury turystycznej przez ludność miejscową - jednolita struktura zawodowa - wzrost postaw konsumpcyjnych - pogorszenie stosunków międzyludzkich
kulturowa	<ul style="list-style-type: none"> - docenianie lokalnych wartości społeczno-kulturowych - kultywowanie tradycji, a także odkrywanie jej na nowo - ożywienie folkloru - czynniki pokoju, porozumienia, przyjaźni - wzory estetyczne 	<ul style="list-style-type: none"> - tradycja na pokaz - zmiana modelu kultury - niszczenie kultury i wartości religijnych - komercjalizacja kultury i utrata tożsamości - odejście od tradycji
ekologiczna	<ul style="list-style-type: none"> - inwestycje ekologiczne - większa dbałość o przyrodę, stanowiąca jedną z atrakcji turystycznych 	<ul style="list-style-type: none"> - przekraczanie chłonności ekologicznej, które powoduje zaburzenia ekosystemów oraz niszczenie krajobrazu - hałas - zaśmiecenie - zmiany stylu życia zwierząt - karczowanie lasów pod nowe inwestycje, zmniejszające retencję wody - silna presja na cenne przyrodniczo tereny

Źródło: K. A. Komorowska, *Turystyka a społeczności lokalne – przykład tatrzański*, Studia Regionalne i Lokalne nr 1(13)/2003, s. 79 – 97.

4. W kręgu społecznych kontekstów rozwoju turystyki

4.1 Rola inicjatyw oddolnych w budowaniu społeczeństwa obywatelskiego

Skutkiem poprzedniego ustroju jest brak inicjatywy w rozwiązywaniu pojawiających się problemów społecznych, a także oczekiwanie na pomoc odpowiednich organów społecznych. Efektem powyższej sytuacji był i jest brak przygotowania i umiejętności aktywnego (ze strony obywateli), właściwie prowadzonego działania. Tymczasem demokracja ma swoje oczekiwania, jest bowiem synonimem uprawnień oraz swobód obywatelskich, dopuszczających do udziału w sprawach politycznych oraz społecznych. Jest także ustrojem, który stwarza warunki dla wolności angażowania się w rozwiązywanie problemów obywateli. Skorzystanie z nich kompensuje i uczy aktywności społecznej.¹⁵¹

Społeczeństwo, które bierze aktywny udział z życia publicznym musi stać się podstawą funkcjonowania nowoczesnego, współczesnego kraju. Społeczeństwo obywatelskie to przestrzeń działalności organizacji oraz instytucji, grup społecznych oraz jednostek, które znajdują się między państwem, rodziną oraz rynkiem, w której obywatele debatują na temat wartości, które składają się na wspólne dobro, a także dobrowolnie współdziałają razem mając na celu realizację wspólnych interesów.¹⁵² Obywatele mogą uczestniczyć w formułowaniu lokalnej polityki, przede wszystkich w wyniku członkostwa w różnego typu organizacjach pozarządowych. Dialog obywatelski w Polsce to wielka szansa rozwojowa dla kraju oraz organizacji pozarządowych. W literaturze przedmiotu można odnaleźć wiele definicji społeczeństwa obywatelskiego. Podsumowując można stwierdzić, że w Polsce stanowi ono dwa obszary:

- Obywatelską aktywność grupową – przejawia się zwłaszcza w działalności organizacji pozarządowych, które stanowią pewnego rodzaju pomost pomiędzy

¹⁵¹ T. Kukołowicz, *Znaczenie pobudzania sił społecznych w społeczeństwie demokratycznym* (w:) K. Marzec-Holka (red.), *Społeczeństwo Demokracja Edukacja. Nowe wyzwania w pracy socjalnej*, Wyd. Uczelniane Akademii Bydgoskiej, Bydgoszcz 2000, s. 132.

¹⁵² P. Frączak, M. Rogaczewska, K. Wygnański, *Głos w dyskusji na temat wizji rozwoju społeczeństwa obywatelskiego w Polsce*, <http://www.dialogspoeczny.engo.pl/>, 10.02.2013.

„wielkim” światem polityki oraz codziennym życiem „zwykłych” obywateli, a także ruchów społecznych oraz nieformalnych grup,

- Indywidualną aktywność obywatelską – objawiającą się w świadomości oraz postawach obywatelskich Polaków.

W wyniku analizy pól działania społeczeństwa obywatelskiego nasuwa się stwierdzenie, że wsparcie rozwoju społeczeństwa obywatelskiego w Polsce w znacznym zakresie jest uzależnione od wsparcia rozwoju organizacji pozarządowych, gdzie występuje możliwość działania na rzecz dobra wspólnego, bez zwracania uwagi na struktury rządowe. Nie są one jednak wystarczające, aby zbudować aktywnie działające społeczeństwo obywatelskie. W związku z czym niezbędna jest aktywizacja obywateli w sprawach publicznych. Rozpatrując problem aktywności społecznej, należy uwzględnić zarówno tendencje dynamiczne tkwiące w jednostce (jednostkach) oraz mobilizujące do działania jak i konkretne warunki społeczno-historyczne, w których funkcjonują ludzie, ich systemy wartości, role społeczne, światopogląd itp..¹⁵³ Aktywność oraz aktywizacja nabierają szczególnego znaczenia na gruncie pedagogiki społecznej, gdzie wychowanie traktowane jest zwłaszcza jako pobudzanie aktywności jednostki oraz kształtowanie jej twórczej roli w środowisku lokalnym w oparciu o „siły społeczne” tkwiące w określonym środowisku.¹⁵⁴

W okresie przemian społeczno-ekonomicznych coraz więcej osób wymaga wsparcia oraz pomocy, a problem aktywizacji stanowi obszerny zakres działalności wychowawczej oraz socjalnej. Aktywizacja jako działanie socjalno-wychowawcze ma w istocie prowadzić do podniesienia poziomu aktywności osób zmarginalizowanych, zwiększenia ich udziału w życiu społecznym, także w wyniku intencjonalnego wywoływania zmian w postawach, wzorach, poglądach, stylach oraz sposobie życia tych grup społecznych.¹⁵⁵ W warunkach polskiej transformacji ustrojowej nadrzędnym celem oraz główną funkcją aktywizacji społecznej jest nie tylko budowanie oraz rozwijanie demokracji, ale także wspomaganie osób, które w nowej rzeczywistości społecznej nie potrafią się odnaleźć i są w jakimś sensie zmarginalizowane. Dotyczy

¹⁵³ A. Moździerz, *Modernizacja lokalnych środowisk wychowawczych w mieście średnim – potrzeby, możliwości, postulaty pedagogiczne*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej, Olsztyn 1997, s. 48.

¹⁵⁴ B. Smolińska – Theiss, *Siły ludzkie w teorii pedagogiki społecznej*, Studia Pedagogiczne nr 46/1984, s. 80.

¹⁵⁵ E. Kantowicz, *Elementy teorii i praktyki pracy socjalnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn 2001, s. 133.

to przede wszystkim jednostek oraz grup społecznych objętych systemem działań, form oraz środków pomocy społecznej. Aktywizacja obywateli w sprawach publicznych zazwyczaj przejawia się w działalności w organizacjach pozarządowych, jednak swój początek ma w uczestnictwie w działaniach instytucji nieformalnych, prowadzonych w ramach wspólnoty lokalnej, grupy zainteresowań, parafii, sąsiedztwa, bądź też grupy samopomocowej. W wyniku tego typu działania formułuje się sieci ludzkich powiązań. Kapitał społeczny jest jednoznaczny z lepszą koordynacją działań oraz zapobieganiem marnotrawstwu zasobów grup oraz jednostek. Usamodzielnienie się obywateli zwiększyło tempo procesu rozdzielenia władzy. Obywatele mogli przejmować od państwa uprawnienia oraz posługiwać się nimi w działalności na własną rzecz, państwo z kolei ograniczało się do troski o bezpieczeństwo obywateli, oraz zagwarantowanie regulacji prawnych, które zezwalają im na swobodę działania. Nie istnieje jednak możliwość całkowitego oddzielenia państwa od społeczeństwa, ponieważ jedynie współpraca tych dwóch stron może dać pożądane efekty.

W wyniku analizy 20 lat funkcjonowania W Polsce systemu demokratycznego, nadal aktualne jest pytanie, w jakim kierunku rozwija się polskie społeczeństwo – czy staje się ono społeczeństwem obywatelskim? Obraz obywateli polskich ukazują badania CBOS, które były przeprowadzone w lutym 2009 roku, mające na celu ukazanie ilu Polaków wykazywało chęć pracowania na rzecz rozwiązywania problemów społecznych. W minionych latach znacznie większa grupa Polaków odczuwa potrzebę solidarności międzyludzkiej i wierzy, że dzięki wspólnym działaniom mogą przyczyniać się do rozwiązywania problemów społeczności, w której funkcjonują. Nie ulegają rozwojowi jednak inne predyspozycje, takie jak na przykład nieodpłatna praca na rzecz własnej społeczności, natomiast od 2006 r. znacznie zmniejszyła się także liczba ludzi, którzy posiadają doświadczenie w tego typu dziedzinie.¹⁵⁶

Obywatelskość społeczną można także obserwować w aktywnej działalności tego typu organizacji pozarządowych jak różnego typu stowarzyszenia, związki,

¹⁵⁶ J. Piotrowska, *Samorząd i organizacje pozarządowe w lokalnej polityce społecznej*, Warszawa 2010, <http://spoleczniodpowiedzialni.pl/files/file/vvfwl0jpq4psfub0kbcxy0n6lyhtqb.pdf>, 10.02.2013.

fundacje. W latach 2000-2010 obywatele najczęściej poświęcali swój czas pracy na rzecz oświaty oraz szkolnictwa, organizacji religijnych oraz związków zawodowych. Mimo biernej postawy społeczeństwa obywatelskiego obywatele Polski najchętniej przejawiają inicjatywę w dziedzinach, które bezpośrednio ich dotyczą, a więc przede wszystkim sport oraz szkolnictwo. Grupą, która najbardziej wyróżnia się w działaniach obywatelskich są reprezentanci kadry kierowniczej. Jednak rolnicy, znacznie częściej działają społecznie aniżeli pracownicy fizyczni, umysłowi oraz robotnicy. Aktywność w organizacjach społecznych ograniczają niskie dochody (mniej niż 300 zł/miesięcznie per capita), wykształcenie podstawowe, bezrobocie, starszy wiek oraz brak wykształconych poglądów politycznych.

4.2 Społeczne czynniki rozwoju turystyki w województwie opolskim

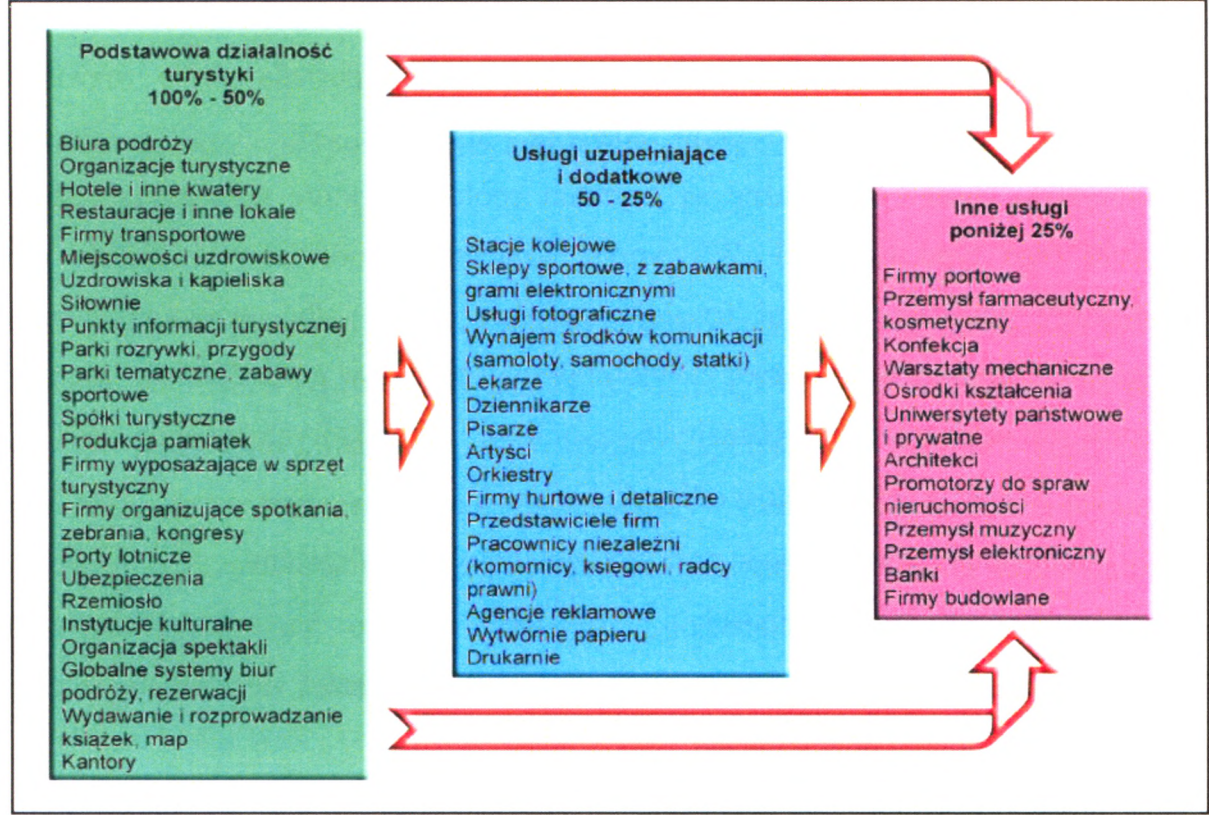
Województwo opolskie jest usytuowane w południowo-zachodniej części Polski. Jest regionem, gdzie występuje wysoko rozwinięte rolnictwo, zatem jest korzystną lokalizacją dla przemysłu spożywczego. Sprzyja temu między innymi wysoki stopień kultury rolnej, a także niezwykle żyzne gleby. Opolszczyzna jest regionem z długoletnimi tradycjami przemysłowymi, zwłaszcza w dziedzinie przemysłu spożywczego, metalowego, mineralnego, chemicznego oraz maszynowego. Usytuowanie przygraniczne, a także liczne przejścia graniczne (kolejowe oraz drogowe) predestynują region do współprac z Niemcami oraz Republiką Czeską.¹⁵⁷ Województwo opolskie posiada liczne walory turystyczne, interesujące, a nawet wyjątkowe atrakcje, w związku z czym może konkurować pod tym względem z licznymi terenami w Polsce. Jednak aktualnie na rynkach turystycznych (krajowych oraz zagranicznych) istotna jest nie tylko ilość, lecz także jakość oferowanych usług.

Turystyka może zostać ważnym stymulatorem rozwoju gospodarczego województwa opolskiego. Dochody, które zasilą budżety gmin mogą zostać podzielone na bezpośrednie oraz pośrednie. Dochody, które pochodzą z podatków od nieruchomości, a także gruntów turystycznych, opłat za dzierżawę, opłat

¹⁵⁷ H. Godlewska-Majkowska, P. Zarębski, *Atrakcyjność inwestycyjna regionów 2010. Województwo opolskie*, Warszawa, październik 2010, s. 2.

klimatycznych itp. są proste do wyliczenia. Są to dochody bezpośrednie. Z kolei dochody pośrednie, które wynikają z rozwoju turystyki są trudniejsze do określenia, ze względu na rozproszenie pomiędzy rozmaite typy działalności. Zgodnie z wyliczeniami specjalistów, którzy zajmują się ekonomią turystyki, wynika, iż jedno miejsce turystyczne (stałe) przyczynia się do powstania zatrudnienia dla 10 osób. Z uwagi na ten wskaźnik i odnosząc go do turystyki w województwie opolskim, można stwierdzić, że w przypadku utworzenia 10 miejsc noclegowych (w pensjonatach, hotelach, motelach, gospodarstwach agroturystycznych itp.) i utrzymania ich przez cały rok w wykorzystywaniu, fakt ten przyczyni się to do powstania sto dodatkowych miejsc pracy. W warunkach polskich zakłada się, iż jedno miejsce turystyczne w uzdrowiskach skutkuje zatrudnieniem 7 osób, natomiast w innych obszarach, w granicach 3 do 4 osób. Pomimo że wskaźnik ten jest znacznie niższy, korzystne jest rozwijanie turystyki. Udział zatrudnienia w rozmaitych branżach, które mają swoje źródło w turystyce prezentuje Rysunek 5.

Rysunek 7. Zatrudnienie w turystyce i branżach współpracujących



Źródło: *European Tourism – New partnerships for jobs: conclusions and recommendations of the High Level Group on Tourism and Employment*, European Commission, October 1998.

Do społecznych czynników, które przyczyniają się do rozwoju turystyki można zaliczyć:

- strukturę konsumpcji,
- świadomość regionalną,
- procesy urbanizacji,
- aktywność oraz postawy przedsiębiorczości,
- funkcjonowanie samorządów terytorialnych.

Istotna jest gotowość społeczności lokalnych do wyłaniania liderów, którzy będą potrafili przekonać wyborców do swoich projektów oraz umiejętności sterowania rozwojem turystyki w gminach. Liderzy ci muszą mieć zdolność do stworzenia właściwego zaplecza w postaci elity lokalnej, która będzie wspierała ich działania. Niezbędne jest także powstawanie instytucji, które wspomagają przedsiębiorczość lokalną, w tym także turystykę. Aby turystyka się rozwijała konieczne jest także powstawanie stowarzyszeń, które aktywizują społeczność oraz kształtują obywatelskie postawy w tym zakresie.¹⁵⁸

W związku z tym, że województwo opolskie posiada silnie rozwinięte rolnictwo, jednym ze sposobów rozwoju turystyki jest rozpowszechnienie agroturystyki. Niezwykle ważne są czynniki społeczne, które przyczyniają się do rozwoju tego typu turystyki. W wyniku wzajemnych oddziaływań turysty oraz gospodarzy powstają czasami trwałe, względnie trwałe albo przelotne stosunki społeczne. Charakter oraz stopień zażyłości w toku pobytu w gospodarstwie wiejskim turystów jest uzależniony od rozmaitych czynników, wśród których znajdują się:

- życzliwość wzajemna gospodarzy oraz gości,
- umiejętność nawiązywania dobrych kontaktów z przybyszami,
- kuchnia oraz jej specjalności,
- umiejętność zagospodarowania czasu turystów poprzez organizację różnego rodzaju atrakcji dodatkowych,
- atrakcyjność otoczenia lokalnego.

¹⁵⁸ G. Gorzelak, B. Jałowiecki (red.), *Koniunktura gospodarcza i mobilizacja społeczna w gminach*, Warszawa EUROREG: Studia Regionalne i lokalne nr 25/1998, s. 150.

Wybierając gospodarstwo wiejskie na okres wypoczynku turysta oczekuje przede wszystkim zmiany codziennego otoczenia domowego, w tym: ludzi, krajobrazu, infrastruktury, sposobu żywienia itp. Istotną rolę w podejmowaniu działalności agroturystycznej mają korzyści, jakie ta działalność przynosi gospodarzom, którzy decydują się przekształcić swoje gospodarstwo rolne w agroturystyczne. Korzyści te mogą pojawiać się na rozmaitych płaszczyznach życia mieszkańców wsi, z których niewątpliwie najważniejszą rolę (obiektywnie) odgrywają korzyści ekonomiczne.¹⁵⁹

Z punktu widzenia socjologicznego niewątpliwą korzyścią osiąganą przez rolnika, organizującego w swoim gospodarstwie rolnym przedsiębiorstwo agroturystyczne, jest analizowane w teorii ról społecznych, przejście od pozycji chłop (rolnika) do przedsiębiorcy. Proces ten jest ogromnym przeżyciem dla dawnego rolnika, głęboko osadzonego w gospodarstwie rolnym. Przechodzenie od roli społecznej chłop do roli społecznej przedsiębiorcy, pociąga za sobą ogromne przemiany społeczne, kulturowe oraz świadomościowe. Nowy przedsiębiorca ze wzmoczoną aktywnością będzie wpływał na rozwój turystyki.¹⁶⁰

4.3 Rola mobilizacji społeczności lokalnej w kształtowaniu naturalnych zasobów turystycznych

Niełatwo jest precyzyjnie zdefiniować społeczność lokalną. Już w roku 1955 G. Hiller Jr. sporządził rejestr różnorodnych jej definicji.¹⁶¹ Wraz z upływem lat rejestr ten był poszerzany, natomiast sam termin „społeczność lokalna” coraz mniej określony. Można wyszczególnić kilka konstytutywnych cech społeczności lokalnych. Są one przypisane konkretnym miejscom, cechuje je ograniczona liczba aktorów, natomiast występujące pomiędzy nimi relacje posiadają charakter bezpośredni. Tych nielicznych aktorów lokalnej sceny łączy określona wspólnota środków oraz celów,

¹⁵⁹ M. Drzewiecki, *Podstawy agroturystyki*, Wydawnictwo OPO, Bydgoszcz 2007, s. 48.

¹⁶⁰ M. Gulda, *Socjologia. Wprowadzenie do socjologii turystyki*, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2009, s. 160.

¹⁶¹ S. Nurek, *Idea społeczności lokalnej w tradycji i współczesnej refleksji socjologicznej*, (w:) J. Wódz (red.), *Społeczności lokalne. Szkice socjologiczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 1986, s. 11 – 27.

która wynika ze wspólnoty życia codziennego. Każda społeczność lokalna potrzebuje oprawy instytucjonalnej. Są to m.in. szpital z symboliczną izbą porodową, przedszkole, szkoła, kościół, zakład pracy, punkty rekreacyjne oraz usługowe, a także cmentarz.

Również termin „mobilizacja” jest różnie definiowany. Obejmuje on proces mobilizacji społecznej oraz politycznej. Mobilizacja społeczna polega na przygotowaniu oraz gotowości społeczeństwa albo określonych jego grup do przemiany ustalonego porządku ekonomicznego albo społecznego oraz zastąpienia go innym, który jest efektywniejszy albo lepszy. Natomiast mobilizacja polityczna jest zazwyczaj związana z występowaniem oraz działaniem grup ludzi, elit władzy, rządów, grup nacisku, parlamentów, elit partyjnych, partii politycznych, które zmierzają do uzyskania poparcia społecznego dla konstruowanych doktryn, programów oraz ideologii. W związku z tym mobilizacja społeczna stanowi *sine qua non* ruchów społecznych, natomiast polityczna – partii oraz ruchów politycznych.

Kluczowym elementem, aby pojawił się ruch społeczny jest cel albo cele, a także związane z nimi interesy, które ogniskują działalność ludzi. Cel może być wartością materialną albo idealną, bądź też spajająca elementy obu cech, do których realizacji zmierza dany ruch. W realizacji celu są ukryte albo ujawniają się faktyczne interesy uczestników ruchu. Natomiast interesy indywidualne albo zbiorowe, obiektywne oraz subiektywne, zweryfikowane społecznie stanowią dobra, które towarzyszą realizacji celu. Wartościami materialnymi, które mogą zostać przeliczone na finanse, są zwykle nieruchomości, ziemia, zabytki, rzeczy, które ruch ma na celu zdobyć, odzyskać, zamienić, zbyć albo materialnie dowartościować na skutek poczynąń społecznych. Natomiast wartości idealne to zwykle koncepcja, idea, o którą ruch zabiega, pielęgnuje albo dowartościowuje, bądź też degraduje, pokazuje szkodliwość oraz manowce. Zazwyczaj ruchy społeczne na skutek realizacji celów, starają się zarówno o wartości finansowe jak i idealne.

Różne cele, które towarzyszą ruchom społecznym, skutkują tym, iż są one niezwykle różnorodne, poczynając od ruchów lokatorów, a kończąc na ruchach antyglobalistycznych. Zakres działania ruchów lokatorskich zwykle dotyczy niezwykle bliskiego otoczenia na przykład własnego bloku, kamienicy, klatki

schodowej oraz przestrzennych przyległości. Ten typ ruchu może zostać powiązany z aktualnym zjawiskiem gentryfikacji przestrzeni – w szczególności centralnej przestrzeni miasta. Termin ten wywodzi się od angielskiego terminu gentry (szlachta, ziemiaństwo angielskie) i posiada dwa podstawowe znaczenia. Po pierwsze związany się z procesem zajmowania przestrzeni przez instytucje o wysokiej sile ekonomicznej lub wysokim prestiżu społecznym. Proces ten niezwykle dowartościowuje określoną przestrzeń. Po drugie może być jednoznaczny z wymianą aktualnych mieszkańców centrów, którzy nie chcą albo nie mogą ponosić rozmaitych kosztów takiego usytuowania. Nowi mieszkańcy będą posiadali możliwość poniesienia kosztów radykalnej poprawy standardu mieszkania, będą gotowi na ponoszenie negatywnej oraz pozytywnej renty centralnego usytuowania. W wyniku tego procesu następuje wzrost atrakcyjności turystycznej centrum miast.

Ruchy ekologiczne wpływają na kształtowanie naturalnych zasobów turystycznych. Odnoszą się one do działań na rzecz zachowania bądź odbudowy wartości środowiska przyrodniczego w bliskim oraz dalekim otoczeniu. Ruchy tego typu mogą przybierać rozmaity charakter, natomiast ich członkowie mogą mieć odmienny stopień dbałości o stan naturalnych zasobów turystycznych. Skrajnymi formami ruchów ekologicznych są ruchy ahimsy, które afirmują życie w każdej formie, natomiast skalę afirmacji tego typu podkreślają chusteczki, które mają na celu zabezpieczenie ust oraz nozdrzy przed przypadkowym połknięciem muszki albo jakiegokolwiek innej istoty żywej.¹⁶²

Jeśli istnieje społeczeństwo ludzi aktywnych, a dodatku altruistów, to ma ono szansę na lepszy rozwój turystyki w przeciwieństwie do społeczeństwa ludzi bezradnych oraz biernych. Edukacja humanistyczna ludzi walczących oraz sprzeciwiających się zmienianiu losu jednostek oraz całego państwa na gorsze jest niezwykle istotna. Ważne dla rozwoju lokalnego jest dokonywanie wyborów rozwoju tak, by nie następowało krzyżowanie się celów oraz powstawanie sprzeczności interesów. Istotne jest również to, aby brać pod uwagę czynnik globalny oraz przekładać go na lokalne korzyści, które mogą zostać osiągnięte tą drogą.

¹⁶² M.S. Szczepański, A. Śliz, *Rewitalizacja i mobilizacja społeczna – zarys problematyki*, (w:) B. Skrzypczak (red.), *Rewitalizacja społeczna – od aktywizacji do rozwoju lokalnego*, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji – Państwowy Instytut Badawczy, Radom 2012, s. 11 – 35.

Jednym ze sposobów mobilizacji społeczności lokalnej w kształtowaniu naturalnych zasobów turystycznych są partnerstwa terytorialne. Są one terytorialnymi zrzeszeniami podmiotów z sektora pozarządowego, publicznego oraz prywatnego, w których udział przedstawicieli sektora publicznego nie przekracza 50% składu organów decyzyjnych. W wyniku tego rodzaju międzysektorowej współpracy wpływy podmiotów z odmiennych sektorów gospodarki mogą zostać zrównoważone, co ma na celu sprzyjaniu koordynacji działań lokalnych oraz kooperacji, pobudzaniu aktywności społecznej oraz mobilizacji na rzecz rozwoju społeczno-ekonomicznego, w tym także rozwoju turystyki.¹⁶³ W roku 2008 w Polsce występowało ponad 200 tego rodzaju organizacji, z czego 140 realizowało w latach 2006-2008 działania zgodne ze strategiami lokalnymi w ramach tzw. Programu Pilotażowego LEADER. Partnerami w tym programie mogą zostać podmioty, które reprezentują rozmaite sektory gospodarki: władze publiczne, przedsiębiorstwa bądź organizacje pozarządowe. W sytuacji współpracy podmiotów, które reprezentują jeden sektor, mamy do czynienia z partnerstwem sektorowym, na przykład może to być współpraca między władzami centralnymi oraz regionalnymi. Z kolei w przypadku, kiedy reprezentowane są odmienne sektory, mamy do czynienia z partnerstwem międzysektorowym. Dla procesów rozwoju najefektywniejsze jest partnerstwo „trójsektorowe”. Jeśli współpraca dotyczy podmiotów oraz działań zlokalizowanych na zwartym geograficznie terenie, wówczas występuje partnerstwo terytorialne. Jego granice mogą mieć zasięg, który obejmuje część albo całą gminę, kilka gmin bądź powiat (partnerstwo lokalne), bądź regionalny (działania obejmujące region). Wyszczególnić można także partnerstwo międzynarodowe, które obejmuje na przykład międzynarodową oraz przygraniczną współpracę jednostek administracyjnych oraz lokalnych społeczności (np. miasta partnerskie).¹⁶⁴ Partnerstwa terytorialne mają na celu wywieranie pozytywnego wpływu na wzrost stopnia zaufania, które umacniane jest w wyniku trwałości różnego rodzaju aliansów oraz powoduje spadek kosztów transakcji na skutek promowania współpracy między podmiotami.

¹⁶³ M. Furmankiewicz, J. Stefańska, *Partnerstwa terytorialne jako sieci organizacyjne. Analiza powiązań w trzech wybranych „lokalnych grupach działania” w Polsce*, *Studia Regionalne i Lokalne* nr 1(39)/2010, s. 6.

¹⁶⁴ M. Furmankiewicz, K. Królikowska, *Partnerstwa terytorialne na obszarach wiejskich w Polsce w latach 1994 – 2006*, Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu, Wrocław 2010, s. 46.

4.4 Rola samorządu terytorialnego w rozwoju i kształtowaniu się pozycji turystyki w regionie

Na samorząd gminy nałożony jest obowiązek działania w aspekcie ładu przestrzennego oraz gospodarki nieruchomościami.¹⁶⁵ Zadania te muszą posiadać przełożenie na kreowanie przestrzeni turystycznej zarządzanego regionu. Instrumenty tego typu jak: plany zagospodarowania przestrzennego i studia wykonalności wpływają na rozwój infrastruktury turystycznej oraz para-turystycznej. Jedynie dzięki właściwym zapisom w tego rodzaju dokumentach może być podjęta inicjatywa gospodarcza. Pośrednio wpływ na rozwój turystyki posiadają inwestycje związane z budową kanalizacji oraz wodociągów, oczyszczaniem oraz usuwaniem ścieków komunalnych, utrzymanie czystości, działania na rzecz lokalnego transportu zbiorowego, a także rozwój w zakresie ochrony zdrowia. Są to tylko pewne działania, które powinny być realizowane w ramach zadań własnych samorządu terytorialnego i przyczyniają się do zwiększenia poziomu jakości obsługi ruchu turystycznego. W podstawowym podziale zadań samorządu terytorialnego można wyszczególnić zadania własne oraz płynące z inicjatyw wewnętrznych. Obszar zadań własnych, które są realizowane na rzecz rozwoju turystyki jest klarownie określony w zapisach aktów prawnych, natomiast inicjatywy własne są zbiorem działań ograniczonych tylko względami formalnymi i są działaniami, które podejmowane są dobrowolnie.

Samorząd terytorialny dysponuje następującymi instrumentami w procesie zarządzania oraz rozwoju gospodarki turystycznej:

- a) instrumenty planistyczne,
- b) instrumenty finansowe,
- c) instrumenty organizacyjno – prawne,
- d) instrumenty instytucjonalne,
- e) instrumenty informacyjne.¹⁶⁶

¹⁶⁵ Art. 7, pkt 1., ust. 1 Ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. 1990 Nr 16 poz. 95)

¹⁶⁶M. Żek, *Działania samorządu lokalnego na rzecz rozwoju turystyki*, http://www.turyzmdlaregionu.eu/gfx/turyzm/userfiles/_public/artykul_2/zek_art_proa.pdf, 11.02.2013 r.

Do kluczowych instrumentów planistycznych zaliczane są: studium uwarunkowań oraz kierunków zagospodarowania przestrzennego gminy, strategia rozwoju społeczno-gospodarczego gminy, miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego, a także strategia rozwoju turystyki. Strategia rozwoju gminy to dokument fakultatywny w przeciwieństwie do strategii rozwoju regionu. Występowanie tego typu dokumentu usprawnia proces zarządzania, a także go upraszcza. Liczne gminy podejmują decyzję o zawarciu w swojej strategii zapisów, które dotyczą turystyki, jako jednego z elementów życia społeczno-gospodarczego. W tego rodzaju ujęciu turystyka jest jedną z licznych dziedzin, których rozwój na skutek właściwych zapisów jest kontrolowany i na drodze określonych działań stymulowany. Zwykle konstruowane są oddzielne dokumenty, które dotyczą jedynie turystyki, lecz nie zawsze realizują one pozytywne zadania.

Z kolei wśród instrumentów finansowych najważniejszy jest budżet. Jego struktura, określa priorytety konkretnego samorządu terytorialnego. W strategii zazwyczaj turystyka posiada niezwykle wysoką pozycję w priorytetach. W wyniku analizy budżetu można stwierdzić jakie realne wsparcie może dostać branża turystyczna w gminie w określonym przedziale czasu. Samorząd w wyniku podejmowania inicjatyw w sektorze podatków posiada możliwość oddziaływania na podmioty gospodarcze w celu aktywizacji albo spowolnienia rozwoju. Poprzez wybrane instrumenty może również wesprzeć sektor turystyczny. Poza podatkami oraz opłatami, które wynikają z lokalnych uchwał, stymulacja finansowa może zostać wcielona między innymi poprzez politykę cenową w zakresie odpadów. Stymulacja rozwoju gminy odbywa się przez wydatki na promocję gminy oraz działalność kulturalną, dotacje dla organizacji bądź nakłady na szkolenie mieszkańców mogą pozytywnie wpłynąć na sektor turystyczny. Również wspieranie partnerstwa publiczno-prywatnego może stanowić interesujące rozwiązanie dla gmin.

Instrumentami organizacyjno-prawnymi są różnego typu działania, które wynikają ze stanowienia lokalnych norm, którymi są między innymi wydawane decyzje administracyjne. Instrumentem instytucjonalnym jest udział gminy w działaniach na rzecz rozwoju turystyki. Są to między innymi takie formy współpracy na rzecz przemysłu turystycznego jak: euroregiony, międzygminne związki

turystyczne, miasta partnerskie, regionalne oraz lokalne organizacje turystyczne, klauzury oraz fundacje. Do instrumentów informacyjnych można zaliczyć rozwój bazy informacyjnej sektora turystycznego, który jest niezwykle efektywnym instrumentem w dobie rozwoju usług internetowych.¹⁶⁷

W przypadku rozwoju turystyki w skali lokalnej niezwykle ważne jest inwestowanie w kapitał ludzki oraz społeczny. Tabela 3 prezentuje najistotniejsze aspekty prawne przyznające samorządom powiatowym oraz gminnym uprawnienie bezpośrednio albo pośrednio powiązane z rozwojem turystyki.

Tabela 3. Najistotniejsze akty prawne przyznające samorządom powiatowym oraz gminnym uprawnienia bezpośrednio albo pośrednio związane z rozwojem turystyki

Akt prawny	Podstawowy zakres uprawnień powiatów oraz gmin bezpośrednio albo pośrednio związanych z rozwojem turystyki
Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych (Dz. U. Nr 133, poz. 884)	Prowadzenie przez gminę ewidencji pól biwakowych i obiektów hotelarskich, które nie są motelami, hotelami, pensjonatami, domami wycieczkowymi, kempingami, schroniskami młodzieżowymi oraz schroniskami. Kontrola usytuowanych na obszarze gminy obiektów, w których świadczone są usługi hotelarskie m.in. w zakresie rozmiaru wyposażenia oraz zakresu świadczonych usług, a także wymagań przeciwpożarowych oraz sanitarnych.
Ustawa z dnia 25 października 1991 r. o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej (Dz. U. nr 114, poz. 493)	Organizacja oraz prowadzenie działalności kulturalnej (formowanie samorządowych instytucji kultury, które będą prowadzić kluby, świetlice, biblioteki oraz domu kultury). Promocja oraz wspieranie twórczości, oświaty oraz edukacji kulturalnej, inicjatyw oraz działań kulturalnych, a także ochrona dziedzictwa kultury.
Ustawa z dnia 18 stycznia 1996 r. o kulturze fizycznej (Dz. U. Nr 25, poz. 113)	Organizowanie przez powiaty oraz gminy działalności w dziedzinie rekreacji ruchowej ¹⁶⁸ i tworzenie właściwych warunków materialno-technicznych dla jej rozwoju m.in. poprzez popularyzację walorów rekreacji ruchowej, organizowanie zajęć oraz imprez sportowo-rekreacyjnych, szkolenie kadry oraz kierowanie jej do prowadzenia zajęć rekreacyjnych, formułowanie, utrzymanie oraz udostępniania bazy sportowo-rekreacyjnej (np. bieżni, boisk oraz basenów). Zagwarantowanie bezpieczeństwa osób, które przebywają w górach (powiaty oraz gminy), a także osób pływających i kąpiących się w miejscach wyznaczonych oraz uprawiających sporty wodne (gminy). Nadzór powiatów nad działalnością stowarzyszeń oraz związków sportowych.
Ustawa z dnia 22 sierpnia 1997 r. o bezpieczeństwie imprez masowych (Dz. U. Nr 106, poz. 680)	Wydawania przez gminy zakazów albo zezwoleń na organizowanie imprez masowych. Wprowadzanie przez powiat dla danego organizatora zakazu organizowania imprezy masowej na obszarze powiatu albo jego części.

¹⁶⁷ E. Łązniewska, *Turystyka w rozwoju lokalnym*, Poznań 2012, s. 23.

¹⁶⁸ Rekreacja ruchowa to forma aktywności fizycznej, która jest podejmowana dla odpoczynku oraz odnowy sił psychofizycznych, jest pojęciem szerszym niż turystyka. Działalność w zakresie rekreacji ruchowej obejmuje m.in. różnego typu formy aktywnego wypoczynku rekreacyjno – sportowego, a zwłaszcza: obozów, biwaków, zlotów, rajdów, spływów, festynów, turniejów oraz zawodów amatorskich. Zajęcia te są zazwyczaj podstawowymi atrakcjami turystycznymi określonego regionu, które stanowią cel podróży turystycznych.

4.5 Import kultury i jego wpływ na zwiększenie aktywności społeczności lokalnych w zakresie działalności na rzecz rozwoju turystyki

Pojęcie kultury jest definiowane na liczne sposoby, jednak określone elementy jego wykładni pojawiają się praktycznie zawsze i to właśnie one stanowią rdzeń jego pojmowania. Kultura może być definiowana jako dobro, kształtowane w czasie długiego okresu, która stanowi dorobek zbiorowy, przyjmowany oraz uznawany za własny przez jedną albo wiele grup. Kultura jest także rozumiana jako zjawisko, które jest wszechobecne w życiu codziennym ludzi, jako historycznie uformowany system pojęć, nadających znaczenia oraz kierunek ich działania.¹⁶⁹ Praktyki religijne, zwyczaje, metody spożywania posiłków, ubierania się, tradycje oraz postrzeganie świata nadają treść zbiorowej oraz indywidualnej tożsamości ludzi. Utrwalone w określonej zbiorowości elementy grupy mogą rozprzestrzeniać się, mieszać się ze sobą, oddziaływać na inne sąsiednie społeczności albo tworzyć efekt wypierania jednych przez drugie. Zwyczaje mogą różnić się między oraz wewnątrz społeczności, między pokoleniami bądź między mężczyznami oraz kobietami. Ludzie mogą posiadać odmienne kulturowe tożsamości oraz przynależeć do odmiennych kulturowo podgrup.¹⁷⁰ Różnorodność kulturowa charakteryzuje się występowaniem licznych kultur w przestrzeni lokalnej, w regionach, w krajach oraz w największych zidentyfikowanych odrębnościach kulturowych – cywilizacjach. W wyniku nakładania się na siebie warstw kulturowych identyfikacji kształtowana jest wielobarwna mozaika, z której począwszy od grup lokalnych, a na regionach świata kończąc, ich przedstawiciele mogą wybierać, w zależności od kontekstu, rozmaite zespoły znaczeń oraz używać ich w procesie komunikacyjnym.

Kontakty międzykulturowe mają miejsce na rozmaitych stopniach działania wspólnot kulturowych. Spotkanie światów albo ich „zderzenie” występuje na

¹⁶⁹ A. Kłoskowska, *Kultura*, (w:) P. Sztompka, M. Kucia (red.) *Socjologia – lektury*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2006, s. 288 – 296.

¹⁷⁰ W. Modzelewski, *Wprowadzenie do socjologii*, Wydawnictwo „Śląsk”, Katowice 1999, s. 43 – 45.

plaszczyźnie cywilizacyjnej w każdym z ich aspektów – od gospodarczego po kulturowy. Z uwagi na najobszerniejszą perspektywę podziału „globalnego społeczeństw” na systemy kulturowe, można odwołać się do teorii modernizacji, opisujących złożoność współczesnego świata, grupujących państwa oraz społeczeństwa zgodnie z poziomem gospodarczego rozwoju, specjalizacji funkcjonalnej oraz przekształceń instytucjonalnych. W pewnych regionach świat zamieszkują ludzie bogaci, którzy tworzą nową postindustrialną kulturę, natomiast w innych bieda jest sprzężona z tradycyjnymi strukturami społecznymi, pojawia się tam mały stopień zaawansowania informacyjnego oraz technologicznego, a występujące instytucje nie są właściwie przygotowane do nowych, wyspecjalizowanych funkcji.¹⁷¹

Procesy tego typu mają aktualnie charakter globalny, oferują znaczne nagrody, lecz również nakładają ogromne koszty. Rozkładają świat tradycyjny, w którym znaczenie określonych wartości życia jest klarowne; bliskie osobiste więzi społeczne ustępują miejsca bezosobowemu, rywalizującemu społeczeństwu, które uruchamia pęd ku indywidualnym osiągnięciom.¹⁷²

Poznanie kultur współczesnego świata występuje równocześnie na licznych płaszczyznach, zaczynając od studiowania dzieł z zakresu antropologii, socjologii oraz etnografii kulturowej, przez współcześnie prowadzone naukowe badania terenowe, obcowanie z filami oraz literaturą podróżniczą, a kończąc na turystycznych wояażach. Turysta, który rozpoczyna podróż posiada rozmaite wyobrażenia o tym, jaka wiedza będzie mu potrzebna oraz jak będzie spędzać czas w miejscu, do którego się wybiera. Konfrontacja z materialnymi obiektami kultury oraz jej elementami duchowymi, które objawiają się w aktywności rdzennych mieszkańców w różnych dziedzinach ich życia, powodują zazwyczaj korektę swoich wyobrażeń, podyktowanych schematem myślenia uformowanym w rodzimej kulturze. Mieszkańcy lokalni na swój własny sposób przygotowują się do przyjazdu gości, chcą pokazać wszystko co najlepsze w dziedzictwie kulturowym, zagwarantować godziwe warunki pobytu oraz przyjazną atmosferę. Na skutek realnego spotkania występuje korekta uprzednich przekonań co

¹⁷¹ K. Krzysztofek, M. Szczepański, *Zrozumieć rozwój. Od społeczeństw tradycyjnych do informacyjnych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2002, s. 11 – 20.

¹⁷² E. Puchnarewicz, *Rozwój z perspektywy socjologicznej. W stronę krajów Południa*, (w:) A. Bąkiewicz, U. Żuławska, *Rozwój w dobie globalizacji*, PWE, Warszawa 2010, s. 509.

do oczekiwań gości, sposobu ich ekspresji oraz zainteresowania lokalnym życiem. Zapoznavanie się z innymi kulturami jest trudne z powodu odmiennego kulturowego wyposażenia obu stron. Także dlatego, iż nakładają się na siebie w przestrzeni oraz czasie piętra oddziaływań kulturowych wzajemnie się przenikają, formując bogactwo odmian, które wpływają na tworzenie dosyć trwałych, nowych, zbiorowych oraz indywidualnych tożsamości albo przemijających efemeryd, przejściowych niby-kodów kulturowych. Lokalni mieszkańcy oraz turyści muszą sobie radzić ze złożonym obrazem kulturowej rzeczywistości, tej, którą noszą w sobie oraz tej, którą zauważają u pozostałych przedstawicieli odmiennych kultur.¹⁷³

Import kultury można rozumieć jako „zasysanie” wartości, które aktualnie nie występują w obrębie danej kultury z innych kultur. Na skutek importu kultury następuje jej unifikacja, sprowadzanie zachowań do takiej samej normy, zazwyczaj na skutek przyjętego poglądu, autorytetu bądź stanowiska. Akulturacja to wszystkie zjawiska, które powstają na skutek pośredniego albo bezpośredniego kontraktu różnych grup kulturowych, które prowadzą do zmian wzorów kulturowych określonej grupy albo obu kultur. Ostatecznym skutkiem tego procesu może być unifikacja wzorów kulturowych grup, albo przejęcie wzorów jednej grupy przez drugą. W jednym i tym samym społeczeństwie mogą różnić się kultury poszczególnych grup, w szczególności jeżeli społeczeństwo jest duże, złożone oraz współczesne. Grupy te, nazywane subkulturami, mogą się różnić klasą społeczną, pochodzeniem etnicznym, religią, rasą oraz stylem życia, a także zainteresowaniami oraz celami. Różnorodność praktyk kulturowych wśród społeczeństw i w obrębie tego samego społeczeństwa sugeruje, iż nie występuje pojedynczy, „najlepszy” wzorzec kulturowy. Wniosek ten stał się podstawą relatywizmu kulturowego, hipotezy, która zakłada, iż żadna praktyka kulturowa nie jest wewnętrznie zła albo dobra, każdą należy rozumieć w kontekście jej miejsca w większej konfiguracji kulturowej. Tego typu perspektywa doprowadziła obserwatorów do powstrzymania się od ocen oraz wydawania sądów na temat nieznanych praktyk. Równocześnie wzmogła tolerancję, a nawet szacunek dla stylów kulturowych, które mogą wydawać się dziwne bądź „nienaturalne”. Ludzie mają skłonność do oceniania praktyk, zwyczajów oraz zachowań innych pod kątem

¹⁷³ E. Puchnarewicz, *Wielokulturowość w turystyce*, Wydawnictwo LIBRON, Warszawa 2010, s. 9.

wyznawanych przez siebie wartości, często wypowiada się takie oceny tonem wyższości moralnej o wyraźnym zabarwieniu emocjonalnym. Relatywizm kulturowy chroni przed takimi ocenami. Przyjęcie postawy relatywizmu kulturowego zachęca do większego obiektywizmu w spojrzeniu na własne społeczeństwo oraz jego praktyki kulturowe. Zapewnia stosowny dystans, z którego można obserwować kontekst własnego życia oraz otoczenia. Tego typu spojrzenie może rzucić nowe światło na otaczającą turystykę oraz jej rozwój. Import kultury wpływa mobilizująco na społeczności lokalne, na skutek czego następuje przyspieszenie rozwoju turystyki.¹⁷⁴

4.6 Kapitał społeczny i kulturowy jako źródło rozwoju turystyki

Kapitałem społecznym nazywany jest potencjał zgromadzony w społeczeństwie oraz w jednostkach w postaci instytucji, wartości, norm, zachowań, konstruujących podstawę dla budowania, opartych na zaufaniu, relacji społecznych, które sprzyjają kreatywności, współpracy oraz wymianie wiedzy, zwiększają osiąganie celów, których osoby indywidualne nie mogłyby samodzielnie zrealizować. Relacje te przyczyniają się do równoważenia, a także szybszego oraz stabilniejszego rozwoju turystyki.¹⁷⁵

W literaturze socjologicznej pojęcie kapitału społecznego pojawia się w dwóch znaczeniach. W odniesieniu do społeczeństwa jest to umiejętność współpracy międzyludzkiej w obrębie organizacji oraz grup, w celu realizowania wspólnych interesów. Zdolność tego typu związana jest z istniejącym w określonej zbiorowości zaufaniem społecznym, a także przestrzeganiem norm rzetelności, lojalności oraz uczciwości. Kapitał społeczny konstruowany jest oraz przekazywany dzięki mechanizmom kulturowym takim jak tradycja, religia oraz historyczny nawyk. Z kolei w odniesieniu do jednostki kapitał społeczny jest pojmowany jako sieć jej towarzyskich znajomości, społecznych powiązań oraz kontaktów.¹⁷⁶

¹⁷⁴ N. Goodman, *Wstęp ...*, dz. cyt., s. 46.

¹⁷⁵ F. Fukuyama, *Zaufanie. Kapitał społeczny a droga do dobrobytu*, tłum. Anna i Leszek Śliwa, PWN, Warszawa, Wrocław 1997, s. 20.

¹⁷⁶ D. Markowski, *Struktura klasowo-warstwowa*, w: Z. Krawczyk, K.Z. Sowa (red.), *Socjologia w Polsce*, Wyższa Szkoła Pedagogiczna, Rzeszów 1998, s. 120.

Wyrazem bogatego kapitału społecznego jest samoorganizowanie się ludzi, stwarzanie rozmaitych grup towarzyskich, stowarzyszeń, klubów, wspólne mobilizowanie się do realizacji istotnych dla zbiorowości celów, wzajemnej pomocy w celu rozrywki, rekreacji, czy też wspólnej zabawy. Tego rodzaju bogata oraz gęsta sieć oddolnych grup decyduje o sile tradycyjnej. Jednak obecnie można zaobserwować rozproszenie oraz degradację kapitału społecznego. Liczne grupy znikają, bliskie więzi ulegają rozluźnieniu, pojawia się istotny syndrom braku zaufania bądź „kultura cynizmu”. Są to symptomy kryzysu, jaki przechodzą aktualnie społeczeństwa. Odrodzenie, wzbogacenie oraz rozwój kapitału społecznego to imperatywy lepszej przyszłości.¹⁷⁷ Kapitał społeczny to zdolność, która wynika z rozpowszechnienia zaufania w obrębie społeczeństwa albo jego części. Kapitał ten może być cechą najmniejszej oraz najbardziej fundamentalnej grupy społecznej jaką jest rodzina, można go również rozpatrywać w skali całej populacji albo w obrębie wszystkich grup pośrednich. Kapitał społeczny różni się od pozostałych form kapitału ludzkiego tym, że jest tworzony oraz przekazywany za pośrednictwem mechanizmów kulturowych tj. tradycji, religii bądź historycznego nawyku. Ekonomisci zazwyczaj zwracają uwagę na fakt, iż formowanie grup społecznym może zostać uznane za skutek dobrowolnej umowy zawieranej pomiędzy jednostkami w wyniku racjonalnej kalkulacji zysków z tytułu współpracy. W tym aspekcie zaufanie nie jest niezbędnym warunkiem współpracy: świadoma kalkulacja zysków wsparta mechanizmami prawnymi jest w stanie skompensować brak zaufania oraz umożliwia stworzenie grupy obcych ludzi, którzy realizują wspólny cel. Grupy mogą zostać stworzone w dowolnym czasie, opierając się na kalkulacji zysku, a proces ich tworzenia nie jest uzależniony od kultury.

Pomimo, że każde społeczeństwo ma zdefiniowany zasób kapitału społecznego, społeczeństwa różnią się między sobą ze względu na „promień zaufania”, który jest tworzony wokół określonych środowisk. Jest to związane z tym, że normy współdziałania takie jak wzajemność oraz uczciwość w relacjach międzyludzkich, mogą być podzielane tylko przez ograniczone grupy ludzi oraz nie obejmują pozostałych członków tego samego społeczeństwa. Rodzina to pierwsze oraz

¹⁷⁷ Z. Bauman, *Globalizacja*, PIW, Warszawa 2000, s. 57.

najważniejsze źródło kapitału społecznego na całym świecie. Bywa że zaufanie wewnątrz rodziny oraz poza nią pozostaje w stosunku odwrotnie proporcjonalnym: jeżeli jeden element jest silny to drugi zwykle słabnie.¹⁷⁸

Wyróżnić można kilka podziałów powiązań międzyludzkich. Robert Putnam wyszczególnił dwa podziały. Pierwszy z nich prezentuje następujący rodzaj więzi:

- 1. Intensywne oraz powtarzalne,
- 2. Epizodyczne,
- 3. Anonimowe oraz jednopasmowe (np. osoby w kolejce w sklepie, których czasami się obserwuje),
- 4. Formalnie zorganizowane,
- 5. Nieformalne (np. gra z kolegami w piłkę nożną),
- 6. Związane ze sprawami publicznymi (ochotnicza straż pożarna),
- 7. Związane z rozrywką (np. klub brydżowy),
- 8. Związane za sprawami publicznymi lub prywatnymi.

Drugi podział wyróżnia dwa typy więzi: ekskluzywne oraz inkluzywne. Inni badacze obserwowali zbliżone zjawiska, jednak nazywają je we własny sposób. Podział ten prezentuje tabela 1.

Tabela 1. Podział typów kapitału społecznego

Robert D. Putnam	Michael Woolcock i Fabio Sabatini	Jarosław Działek	Francis Fukuyama
Kapitał społeczny inkluzywny (spajający)	Kapitał społeczny więzi – bonding social capital	Kapitał społeczny zamykający	Kultury rodzinne
Kapitał społeczny ekskluzywny (łączy)	Kapitał społeczny mostów - bridging social capital oraz kapitał społeczny powiązań – linking social capital	Kapitał społeczny otwierający	

Źródło: K. Sierocińska, *Kapitał Społeczny. Definiowanie, pomiar i typy*, Studia Ekonomiczne Nr 1/2011, s. 69-86.

¹⁷⁸ F. Fukuyama, *Kapitał społeczny*, w: L.E. Harrison, S.P. Huntington (red.) *Kultura ma znaczenie*, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Kraków 2003, s. 170.

Więzi inkluzywne nakierunkowane są do wewnątrz, umożliwiają wzmacnianie wykluczanych grup oraz społeczności homogenicznych, np. etnicznych organizacji bratniej pomocy. Więzi inkluzywne są charakterystyczne dla więzi, które występują w rodzinach oraz pozostałych homogenicznych grupach. Wzbogacają ludzi w wartości oraz idee istotne dla małych kręgów społecznych, zamykających się na konkurencyjne wizje ładu kulturowego. Więzi tego typu stwarzają tzw. społeczny kapitał inkluzywny.¹⁷⁹

Natomiast więzi ekskluzywne nakierowane są na zewnątrz, scalają różnorodności oraz umożliwiają wykorzystanie zewnętrznych aktywów oraz rozprzestrzenianych informacji. Formułują społeczny kapitał ekskluzywny. Więzi tego typu formułują się w grupach heterogenicznych, które łączą ludzi z rozmaitych zinstytucjonalizowanych struktur, np. sąsiadów, znajomych. Występowanie tego typu więzi oznacza otwartość ludzi na powstanie relacji pomiędzy zróżnicowanymi kategoriami społecznymi, mimo odmienności wyznawanych wartości oraz różnych zakorzenień życiowych. Są to słabe więzi pod względem emocjonalnym, jednak mogą odgrywać istotną rolę np. w procesie zmian sytuacji życiowej. Oba rodzaje więzi nie wykluczają się nawzajem. Relacje w licznych grupach społecznych mogą być równocześnie ekskluzywne oraz inkluzywne. Oba typy więzi „nie są rozdzielными kategoriami, na które można w sposób niedwuznaczny podzielić sieci społeczne, lecz z grubsza nakreślonymi wymiarami, wedle których możemy porównywać różne formy kapitału społecznego.”¹⁸⁰

Oba przedstawione typy kapitału mogą mieć również charakter wzajemnie antagonistyczny. W wyniku badań zaobserwowano, że w krajach Ameryki Południowej rodzina i związani z nią przyjaciele mają znaczne wzajemne zaufanie, jednak kosztem zaufania do osób obcych, co zwykle skutkuje zmniejszeniem stopnia uczciwości oraz współpracy w życiu publicznym. Inkluzywny kapitał społeczny w wyniku tworzenia dużej lojalności wewnątrz kulturowej, może również, utworzyć znaczny antagonizm zewnątrz kulturowy.

¹⁷⁹ R.D. Putnam, *Samotna gra w kręgle. Upadek i odrodzenie wspólnot lokalnych w Stanach Zjednoczonych*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008, s. 39.

¹⁸⁰ Tamże, s. 42.

Jeśli natomiast chodzi o kwestię pomiaru kapitału społecznego, to jest on skomplikowany. Główną przyczyną trudności jest niejednoznaczność definicji, co wyraża pewnego rodzaju nieuchwytność badanego pojęcia. Zmierzenie takich wskaźników jak zaufanie oraz prawdomówność jest trudne do wykonania w praktyce. Jednak można badać tego rodzaju czynniki pośrednio, za pomocą elementów, które wyrażają ich istnienie.

Istnieją liczne metody pomiaru kapitału społecznego. Jedną z nich jest pomiar „braku” kapitału społecznego, a więc rozmaitego typu dysfunkcji społecznych mierzonych za pomocą takich wskaźników jak:

- wskaźnik przestępczości,
- ilość zażywanych narkotyków,
- odsetek rozwodów,
- liczba procesów sądowych,
- rozmiar szarej strefy,
- wskaźnik samobójstw.¹⁸¹

Zastosowanie tego typu pomiaru uzasadnia się tym, że można domniemywać, że skoro kapitał społeczny określa występowanie norm kooperatywnych, dewiacyjne postawy społeczne pokazują ipso facto na brak tegoż kapitału. Istotnym argumentem, który przemawia za zastosowaniem tego typu pomiaru, jest lepsza dostępność danych, zwłaszcza w przypadku krajów rozwijających się.

Natomiast Bank Światowy mierzy kapitał społeczny za pomocą pomiaru członkostwa w lokalnych sieciach oraz stowarzyszeniach. W tym ujęciu dodatkowo brane jest również pod uwagę zaufanie, działalność grupowa oraz komunikacja społeczna. Wykonywane są także badania ankietowe. Skonstruowano w tym celu dwa narzędzia badawcze: The Social Capital Assessment Tool (SOCAT) oraz Integrated Questionnaire for the Measurement of Social Capital (SOCAP IQ). W wyniku analizy tego rodzaju badań, przy wykorzystaniu kwestionariuszy, tworzone są raporty, które obrazują kierunek tworzenia oraz rozmiar kapitału społecznego.¹⁸²

¹⁸¹ F. Fukuyama, *Kapitał ...*, dz. cyt., s. 175.

¹⁸² K. Sierocińska, *Kapitał Społeczny. Definiowanie, pomiar i typy*, Studia Ekonomiczne Nr 1/2011, s. 69 – 86.

Pojęcie kapitału kulturowego wprowadził Pierre Bourdieu. Oznacza ono wiedzę, idee oraz umiejętności, jakie są nabywane przez ludzi w wyniku uczestniczenia w życiu społecznym. Obejmuje między innymi umiejętności poprawnego posługiwania się językiem oraz znajomość reguł grzecznego zachowywania się. Ogólnie definiowany jest podobnie jak kulturowe oraz językowe kompetencje.

Kapitał kulturowy jako pojęcie oraz termin pojawia się w licznych analizach zjawisk społecznych. W aspekcie socjologii kapitał odnosi się zazwyczaj do jednostek, zbiorowości oraz grup. Kapitał kulturowy określany jest jako: (...) *specyficzny i wewnętrznie ustrukturalizowany typ wzorów zachowań kulturalnych, pozostający w specyficznych relacjach wobec kapitału ekonomicznego i społecznego. (...) Kapitał kulturowy ułatwia osiągnięcie statusu społecznego, co jest niemożliwe w żaden inny sposób*.¹⁸³

W nauce dokonano porównania roli kapitału kulturowego oraz statusu inteligencji na poziomie regionalnym. W Polsce odmienności w tym aspekcie są widoczne w szczególności pomiędzy dawnymi zaborami. Rola inteligenckich ideałów oraz kultury jako wartości znacznie bardziej prestiżowej aniżeli pragmatycznej, wydaje się większa w zaborach rosyjskim oraz austriackim niż w zaborze pruskim. Badania potwierdzają występowanie zbliżonych odmienności również między gminami na ziemiach zachodnich, w zależności od pochodzenia terytorialnego napływających do nich po wojnie osadników. W miejscach, gdzie większość stanowili wychodźcy z Galicji zaobserwowano znaczne przywiązanie do wykształcenia oraz większe gminne wydatki na oświatę oraz kulturę. Natomiast w gminach, gdzie przeważają osadnicy z dawnego zaboru pruskiego wyższe są wydatki na infrastrukturę. Być może również analogicznymi zaszłościami historycznymi, zwłaszcza słabością mieszczaństwa oraz polskiego kapitału ekonomicznego, których substytutem była inteligencja oraz kapitał kulturowy, tłumaczyć można widoczne

¹⁸³ W. Świątkiewicz: *Kapitał kulturowy a zagadnienie integracji społecznej*. W: *Ku integracji rozwoju człowieka i społeczeństwa. Księga jubileuszowa dedykowana Profesorowi Władysławowi Jacherowi*. Katowice-Opole 2001, s. 97.

aktualnie systematycznie lepsze wyniki egzaminów gimnazjalnych w dawnych zaborach rosyjskim oraz austriackim.¹⁸⁴

Na kapitał kulturowy składa się w szczególności język, którym posługuje się rodzina zakorzeniona w określonej kaście społecznej, a także wiedza oraz znawstwo. Kapitał kulturowy występuje w trzech typach: zobiektywizowanej, ucieleśnionej oraz zinstytucjonalizowanej. Forma ucieleśniona tego kapitału to długookresowe dyspozycje umysłu oraz ciała. Natomiast forma zobiektywizowana to związane z kapitałem kulturowym dobra kulturowe/przedmioty tj. książki, obrazy, narzędzia oraz słowniki. Ostatnia forma zinstytucjonalizowana to kompetencje oraz kwalifikacje, które są efektem na skutek edukacji szkolnej oraz wyższej. W związku z tym kapitał kulturowy można zinstytucjonalizować w formie kwalifikacji edukacyjnych, a więc można go zamienić na kapitał ekonomiczny: im lepszy kapitał kulturowy, tym lepszy dyplom wieńczący edukację oraz tym lepsze zarobki.¹⁸⁵

Poszczególne rodzaje kapitałów w rozmaitych polach mogą występować w różnorodnych formach. Ta wielość form oraz branych pod uwagę interakcji między rozmaitymi typami oraz formami kapitałów, a także niejednoznaczności ich granic skutkują niebywałą różnorodnością podejść do operacjonalizacji oraz powstaniem znacznych sporów definicyjnych.

Liczne niejasności powstają na przykład w przypadku rozgraniczania między miernikami, uwarunkowaniami a samymi formami kapitału kulturowego. Nie jest zbyt klarowne, w jakim stopniu jako kapitał kulturowy, a w jakim jako skutek jego posiadania traktować można osiągnięcia edukacyjne, będące klasycznym przedmiotem studiów związanych z jego działaniem. Działanie kapitałów można oceniać w odniesieniu do ich siły, z jaką wpływają na segmentację (podział na relatywnie zamknięte podgrupy) oraz hierarchizację (powstawanie pionowych drabin statusu) społeczności. Kapitał kulturowy posiada znaczne działanie hierarchizujące oraz segmentujące. Pole kapitału kulturowego jest z znacznym stopniem uzależnione od pola kapitału ekonomicznego. Posiadanie kapitału ekonomicznego uwalnia od ekonomicznej konieczności oraz umożliwia oddawanie się działaniom „pozbawionym

¹⁸⁴ T. Zarycki, *Kapitał kulturowy – założenia i perspektywy zastosowań teorii Pierre'a Bourdieu*, Psychologia Społeczna nr 1-2/2009, s. 12 – 25.

¹⁸⁵ T. Szlendak, *Socjologia rodziny. Ewolucja, historia różnicowanie*, PWN, Warszawa 2010, s. 246.

funkcji praktycznych”, które posiadają cel w sobie samych, a więc inwestowaniu w kapitał kulturowy. Estetyczne wzorce tworzone w polu kapitału kulturowego dzięki uniezależnieniu od przymusu ekonomicznego zostają „gustami wolności”. Są one nobilitowane przez przeciwstawienie ich „gustom” wywołanym przymusem, jakie charakteryzować mają niższe klasy społeczne, które w związku z tym, iż posiadają nieznaczne zasoby kapitałowe nie mają możliwości swobodnego wyboru stylu życia.

Istotnym aspektem jest sytuacja klas średnich, które są poddawane niezwykle wysokiej presji sprostania normom kulturowym narzucanym przez klasy wyższe. Zazwyczaj członkowie klas średnich zdają sobie sprawę z roli kapitału kulturowego w logice struktury społecznej i w ramach własnych ambicji awansu społecznego zwykle uwzględnia, poza ekonomicznymi, również aspiracje kulturowe. Jednak natura większości rodzajów form kapitału kulturowego jest taka, iż ich całkowita asymilacja wymaga długookresowej socjalizacji, w szczególności w początkowych latach życia. Wówczas formułują się podświadome gusta, skłonności, preferencje kulturowe oraz wartości, które zaliczane są do podstawowej kategorii ucieleśnionego kapitału kulturowego. Ich zmiana jest skomplikowana, a często możliwa do osiągnięcia jedynie na poziomie powierzchownego dostosowania się do norm kultury, do której członkowie klasy średniej aspirują. To zewnętrzne przystosowanie się do norm kultury dominującej, powiązane z przyswojeniem formalnych praktyk kulturowych bez całkowitej asymilacji związanych z nimi wartości oraz deklarowanym podzieleniem dominujących ocen estetycznych, związane jest z dwoistością świata preferencji kulturowych klas średnich, a więc aspirujących. Tego rodzaju dwoistość jest związana z wyraźnym podziałem na sferę wartości całkowicie uznawanych oraz sferę wartości deklarowanych. Za podziałem tym następują podziały na dom oraz pracę, czyli życie prywatne oraz publiczne, życie rodzinne oraz świat interesów, czy też sztukę oraz biznes. Jest to podział świata społecznego klasy średniej na człon zdominowany przez wartości kulturowe klasy dominującej, w której konieczne jest zachowywanie zgodnie z wyznaczonymi przez nią normami, a także człon od tej dominacji uniezależniony. Ten człon to terytorium prywatne, na który (poza publiczną obserwacją i bez przyjmowania roli oraz maski z Goffmanowskiego „teatru życia codziennego”) można postępować według swoich skłonności oraz wartości.

Tego rodzaju dwoistość świata słonecznego klasy średniej obca jest klasom wyższym oraz w znacznym stopniu nieaspirującym do wyższego statusu klasom niższym, żyjącym w świecie spójnym, niepodzielonym na scenę oraz kulisy, niewymagającym zewnętrznego dostosowywania się do przeważających norm kulturowych. Jeżeli chodzi o klasy wyższe jest to związane z całkowitą oraz głęboką asymilacją wartości kultury wysokiej. Stanowi ona podstawową oraz naturalną kulturę elit, a jej wartości są im faktycznie bliskie. W przypadku klas niższych jedność świata społecznego związana jest z przekonaniem o nieopłacalności, bądź niemożności inwestowania w kulturę wyższą oraz ograniczenia się do funkcjonowania we własnym, naturalnym świecie kulturowym.¹⁸⁶

Należy zwrócić uwagę na znaczenie kosztów aspiracji kulturowych klas średnich. Są one zazwyczaj bardzo wysokie i nie ograniczają się do kosztów finansowych potrzebnych na uzyskanie kompetencji w zakresie ważnych praktyk kulturalnych, a także na uczestnictwo w tego typu praktykach (m.in. koszty wyjazdów wakacyjnych w miejsca o wysokim statusie kulturowym, bądź też uczęszczanie do filharmonii, czy teatrów). Tak samo istotne mogą być niewymierne psychologicznie inwestycje, w szczególności związane z koniecznością uczestniczenia w praktykach kulturowych wbrew sobie. Jest to konsumpcja dóbr kultury bez czerpania z nich satysfakcji, jaka jest udziałem członków klas wyższych. Ludzie bez właściwych kompetencji kulturowych mogą nawet cierpieć, zmuszając się do praktyk kulturowych, które uznawane są za konieczne ze względów statusowych. Targać mogą nimi równocześnie stałe niepewności związane z poprawnością oraz naturą swoich zachowań. Znaczna część form manifestujących kompetencje kulturowe, wymaga pewności siebie, która jest związana z wczesną socjalizacją, gwarantującą znaczne opanowanie właściwych konwencji. Konieczne jest również twórcze, przynajmniej w pewnym zakresie, podejście do kultury, tworzenie subiektywnych jej interpretacji, a także budowania z jej elementów spersonalizowanych kombinacji będących podstawą swojego stylu, którego posiadanie stanowi warunek osiągnięcia najwyższego statusu w polu kultury. Wymaga to zdobycia swego rodzaju dystansu do różnych form kulturowych, do twórców oraz autorytetów w polu kultury, a także do samego siebie.

¹⁸⁶ T. Zarycki, *Kapitał ...*, dz. cyt., s. 19.

Na tego rodzaju swobodę zazwyczaj nie mogą sobie pozwolić przedstawiciele aspirujących klas średnich, ponieważ grozi ona demaskacją słabości ich kompetencji kulturowych, ich pasywnego stosunku do dominujących wzorców kultury.

Kapitał społeczny można wiązać z sukcesami gospodarczymi regionów oraz społeczności, a także z rozwojem turystyki. Pomimo że reformy samorządowe stworzyły w Polsce konieczne ramy do podejmowania działań na rzecz rozwoju lokalnego, to jednak zaawansowanie tego procesu w poszczególnych gminach, również gminach województwa opolskiego jest niezwykle zróżnicowane. M. Kłodziński sądzi, że odpowiedź na pytanie, dlaczego określone gminy są aktywne oraz radzą sobie z problemami, natomiast w innych panuje zastój nie jest skomplikowana. Otóż to nie nagromadzone zasoby materialne stanowią warunek sukcesu, lecz ludzie, ich przedsiębiorczość, skłonność do samoorganizowania się oraz współdziałania, umiejętność wyłonienia grupy liderów, którzy będą cieszyć się uznaniem oraz szacunkiem.¹⁸⁷ Motorem rozwoju turystyki są ludzie, w szczególności w osobach lokalnych liderów: wójta, radnych, przedsiębiorców, nauczycieli a także działaczy organizacji pozarządowych itp. Kapitał społeczny stanowi fundament rozwoju, bez którego nie ma możliwości efektywnego wykorzystania środków finansowych z Unii Europejskiej, przeznaczonych między innymi na rozwój lokalny, w tym również na rozwój turystyki.

To właśnie kapitał społeczny, który jest rozumiany jako powiązania sieciowe pomiędzy aktorami sceny lokalnej, tradycje kulturowe, normy zachowań społecznych oraz wspólne postawy sprzyjające współdziałaniu oraz współpracy w perspektywie długookresowej, pogłębianiu relacji ekonomicznych oraz tworzeniu zaufania, co stanowi kluczowy czynnik konkurencyjności jednostek samorządu terytorialnego oraz rozwoju turystyki na danym terenie. Kapitał społeczny to skutek istnienia relacji pomiędzy różnymi autonomicznymi partnerami, a także zachodzących pomiędzy nimi interakcji. Powszechnie sądzi się, iż zbyt mały poziom kwalifikacji lokalnych mieszkańców oraz zbyt mała wiedza są bardzo ważną barierą rozwoju działalności

¹⁸⁷ M. Kłodziński, W. Dzun, *Aktywizacja wiejskich obszarów problemowych*, IRWiR PAN, KROWiOGŻ AR Szczecin, Warszawa 2003, s. 17 – 18.

innego typu niż prowadzona dotychczas, a tym samym wpływa to negatywnie na rozwoju turystyki.

Charakterystyczne formy zachowań kulturowych, mogą być traktowane jako wskaźnik identyfikacji społecznej dla tych, którzy zachowania tego typu reprezentują, a także dla innych grup o odmiennym statusie. W związku z tym kapitał kulturowy umożliwia uzyskanie statusu społecznego, którego nie można osiągnąć w inny sposób. Pewne zachowania kulturowe nabierają cech rytualizacji, której zadaniem staje się tworzenie przywiązania do grupy uczestnictwa oraz konstruowania swoistej izolacji oraz dystansu wobec innych grup. Specyficzne formy zachowań kulturowych, mogą być traktowane jako wskaźnik identyfikacji społecznej dla tych, którzy takie zachowania reprezentują jak i innych grup o odmiennym statusie. W ten sposób kapitał kulturowy umożliwia uzyskanie statusu społecznego, którego nie można osiągnąć w inny sposób. Określone zachowania kulturalne nabierają cech rytualizacji, której zadaniem staje się tworzenie przywiązania do grupy uczestnictwa, ale także budowa swoistej izolacji i dystansu wobec innych grup. W związku z czym kapitał kulturowy wpływa na rozwój turystyki. Powstaje zwiększona ciekawość poznania określonych zachowań kulturowych co wpływa na podwyższony poziom rozwoju turystyki.¹⁸⁸ Rozwój działalności kulturalnej stanowi stymulator rozwoju turystyki. Kultura, stanowiąc motyw podróży, przyczynia się do rozwoju jednego z jej typów - turystyki kulturowej. Przyjmuje się, że każda forma oraz rodzaj turystyki mają pewien związek z kulturą, ponieważ mając kontakt z różnymi wydarzeniami kulturalnymi, wzbogacają wiedzę o nich oraz satysfakcję z obcowania z nimi. Wpływ ciekawości świata skutkuje poznawaniem przez turystów obiektów kultury, wzbogaca wiedzę o dziedzictwie kulturowym narodów, wpływa na poznanie źródeł tożsamości własnego kraju oraz krajów sąsiednich. Wzajemne poznanie osobliwości narodów prowadzi do integracji cywilizacyjnej pomiędzy nimi. Każdy region posiada określoną odrębność gospodarczą, społeczną oraz kulturową. Charakterystyka kulturowa regionu opiera się zazwyczaj na określonych grupach dóbr kultury między innymi: historia regionu, sztuka, zjawiska życia kulturalnego ludności miejscowej, wartości przyrodnicze,

¹⁸⁸ Tamże, s. 93-98.

charakterystyczne dla regionu itp..¹⁸⁹ W związku z tym dziedzictwo kulturowe i życie kulturalne stanowi cel aktywności podróżnych i zwiększa poziom rozwoju turystyki.¹⁹⁰ Inwestycje w zachowane dziedzictwa oraz rozwój nowoczesnych instytucji kultury, poza wymiarem materialnym, ma także znaczny wymiar społeczny. Dzięki nim niwelowane są różnice w dostępie do kultury, co wpływa pozytywnie na dostępność do kultury oraz redukcję wykluczenia społecznego. Uczestnictwo obywateli w kulturze przyczynia się do zwiększenia kompetencji kulturowej, a także do rozwoju turystyki.

Aktualnie w wielu gminach o charakterze wiejskim nie zauważa się znaczącego wpływu kapitału społecznego dla tempa oraz jakości rozwoju lokalnego i rozwoju turystyki. Roszczeniowa optyka podejścia do rozwoju, zgodnie z którą jedynym warunkiem zaistnienia jakichkolwiek pozytywnych przemian w przestrzeni społeczno-gospodarczej jest napływ znaczne ilości środków finansowych stale znajduje licznych zwolenników wśród decydentów publicznych oraz lokalnych społeczności. Uniemożliwia to naturalne przejście „polskiej wsi” do bardziej rozwiniętych faz rozwoju współczesnych obszarów wiejskich, obserwowanych w niektórych zachodnich krajach Unii Europejskiej. Zwłaszcza chodzi o przejście do najbardziej rozwiniętej fazy akcentującej ważne znaczenie czynników społecznych w rozwoju, tj. zachęcania społeczności lokalnych, by same dokonywały oceny sytuacji społeczno-ekonomicznej swoich miejscowości oraz sugerowały program ich rozwoju, w tym również rozwoju turystyki, bez oczekiwania na decyzje odgórne. Apele o takie podejście wśród środowisk samorządowych są zwykle traktowane z pewnym przymrużeniem oka, jednak – coraz większa liczba włodarzy gmin, w coraz większym natłoku zdań zaczyna zauważać potrzebę oraz szansę dalszego oraz lepszego jakościowo rozwoju gmin w społeczeństwie obywatelskim, aktywnie uczestniczącym w planowaniu oraz wdrażaniu lokalnych przedsięwzięć.¹⁹¹

¹⁸⁹ M. Matlegiewicz, *Turystyka kulturowa na obszarach wiejskich województwa zachodniopomorskiego*, Journal of Agribusiness and Rural Development nr 2(20)/2011, s. 65 – 75.

¹⁹⁰ A. Kowalczyk, *Współczesna turystyka kulturowa – między tradycją a nowoczesnością*. (w:) A. Kowalczyk (red.), *Turystyka Kulturowa (spojrzenie geograficzne)*, Wyd. Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2008, s. 13.

¹⁹¹ M. Kłodziński, *Aktywizacja społeczno-gospodarcza gmin wiejskich i małych miast*, IRWiR PAN, Warszawa 2006, s. 57.

5 Podstawy metodologiczne badań empirycznych

Zdając sobie sprawę z faktu, iż wiedza teoretyczna doskonale koresponduje z wiedzą uzyskaną za pośrednictwem działań praktycznych, zdecydowano się na przeprowadzenie badań własnych, pozwalających na uzyskanie rzetelnego obrazu tematu.

5.1 Cel i przedmiot badań

Badania naukowe nie są już dzisiaj „obiektywnym” badaniem świata przyrodniczego czy społecznego przez wyizolowany podmiot poznający, gdyż nastąpiło otwarcie granic między naukami¹⁹². Oznacza to, że przedmiot badań jest bardzo szeroki i obejmuje liczne zjawiska oraz zagadnienia. Badania naukowe obejmują działania wysoce zróżnicowane, służące poznaniu wybranej rzeczywistości¹⁹³. W efekcie, każde badanie ma prowadzić do realizacji określonego celu. Owym celem jest jak najbardziej dokładne i rzetelne poznanie interesującego zagadnienia. Badania socjologiczne podporządkowywane są więc w mniejszym lub w większym stopniu, celom jakim służą. Celem jest zatem poznanie, które umożliwia podjęcie skutecznych działań. Istotą (celem) badań może być:

- odkrywanie czy też eksplorowanie nowych zjawisk, w celu lepszego ich zrozumienia lub wypracowania metodologii dla badań o szerszym zasięgu,
- opis jakiejś sytuacji lub wydarzenia, czyli poszukiwanie odpowiedzi na pytania: co? kiedy? gdzie? oraz jak?,
- wyjaśnianie, poprzez próbę dotarcia do przyczyn obserwowanych przez nas zależności¹⁹⁴.

¹⁹² B. Śliwerski, Problemy pedagogiki i jej badań w ponowoczesności, Studia Edukacyjne nr 23/2012, Wydawnictwo Uniwersytetu Adama Mickiewicza, Poznań 2012, s. 71.

¹⁹³ T. Pilch, T. Bauman, Zasady badań pedagogicznych. Strategie ilościowe i jakościowe, Żak, Warszawa 2010, s. 22.

¹⁹⁴ E. Babbie, Podstawy badań społecznych, PWN, Warszawa 2013, s. 107-110

Przedmiotem badań jest zawsze zbiór rzeczowych zjawisk sprecyzowanych przez terminy w pytaniach problemowych. Rozważając na temat przedmiotu badań, analizujemy nie tylko o badane zjawiska, ale również te zjawiska, na które chcemy rozszerzyć swoje wnioski. Przedmiot badań socjologii jest bardzo szeroki.¹⁹⁵ W efekcie, przedmiotem tym jest zadanie, które mamy do wykonania. Badania naukowe obejmują działania wysoce zróżnicowane, służące poznaniu wybranej rzeczywistości. W efekcie, każde badanie ma prowadzić do realizacji określonego celu. Owym celem jest jak najbardziej dokładne i rzetelne poznanie interesującego zagadnienia. Badania socjologiczne podporządkowywane są więc w mniejszym lub w większym stopniu, celom jakim służą. Celem jest zatem poznanie, które umożliwia podjęcie skutecznych działań. Z punktu widzenia celów badań, dokonać można również następującej klasyfikacji:

- badania teoretyczne; są to działania podejmowane w celu poznania oraz gromadzenia wiedzy teoretycznej, która pozwala na budowanie uogólnień. Każde badania praktyczne nawiązują do teoretycznego poznania,
- badania weryfikacyjne; polegają na próbie sprawdzenia skutków zastosowanych rozwiązań. Badanie takie stosowane jest w momencie, gdy poszukuje się wad i zalet tradycyjnych zjawisk,
- badania diagnostyczne; to najbardziej powszechny rodzaj badań. Mają one na celu diagnozę zastanej rzeczywistości bądź zdarzenia.¹⁹⁶

Przedmiotem przeprowadzanych badań empirycznych, było zatem zebranie i usystematyzowanie informacji na temat warunków, jakie muszą być spełnione by turystyka województwa opolskiego mogła w jak największym stopniu się rozwijać. Celem badań było wykazanie czynników mających wpływ na kształtowanie owych warunków, z uwzględnieniem aktywności społeczności lokalnych w działaniach na rzecz rozwoju turystyki.

¹⁹⁵ J. Karpiński, Wprowadzenie do metodologii nauk społecznych, Warszawa 2006, s. 45.

¹⁹⁶ Tamże, s.19-20.

5.2 Problemy i pytania badawcze

Jednym z podstawowych założeń badań naukowych jest twierdzenie, wedle, którego wszelki postęp zależy przede wszystkim od umiejętności zadawania pytań – inaczej mówiąc, formułowania problemów badawczych. Pytaniem istotnym w odniesieniu do przeprowadzanych badań, jest takie pytanie, które w sposób precyzyjny określa cel i ujawnia braki w dotychczasowej wiedzy na poruszany temat. Problem taki może być uszczegółowieniem tego celu. Dzięki niemu istnieje możliwość lepszego poznania go. Z tego powodu, problem badawczy stanowi niezwykle istotny składnik każdego postępowania badawczego. Problematyka badawcza stanowi zestaw pytań, na które badacz poszukuje odpowiedzi. Dotyczyć mogą one zarówno problemów teoretycznych, jak i praktycznych. Jednak bez względu na to, czy cel problematyki obejmuje cele badawcze, czy teoretyczne, zawsze dotyczyć muszą tego, czego nauka jeszcze nie poznała. Ponadto, sformułowane muszą być przy użyciu pojęć właściwych danej dyscyplinie naukowej. Powinny z nich również wynikać wskazówki, które dotyczą sposobów ustalania odpowiedzi na owe pytania. Punktem wyjścia wszelkiego procesu badawczego jest sformułowanie pewnego pytania, które pojawiają się w świadomości badacza¹⁹⁷. Zgodnie z tym, problematyka badań naukowych to pewien zbiór pytań, najczęściej zhierarchizowany, a warunkiem odpowiedzi na pytania bardziej ogólne, są udzielone odpowiedzi na pytania bardziej szczegółowe. Pytanie musi się zatem zaczynać od „czy, ile, jak, na skutek czego, jak silnie, czy prawdą jest, że itd.”¹⁹⁸. A zatem problem badawczy to pytanie o naturę badanego zjawiska, o istotę związków między zdarzeniami lub istotami i cechami procesów, cechami zjawiska, to mówiąc inaczej uświadomienie sobie trudności z wyjaśnieniem i zrozumieniem określonego fragmentu rzeczywistości, to mówiąc jeszcze inaczej deklaracja o naszej niewiedzy zawarta w gramatycznej formie pytania¹⁹⁹. Na gruncie nauk socjologicznych odnoszą się one do zagadnień

¹⁹⁷S. Nowak, *Metodologia badań społecznych*, PWN, Warszawa 2010, s. 26.

¹⁹⁸Tamże, s. 30.

¹⁹⁹T. Pilch, T. Bauman, *Zasady badań pedagogicznych. Strategie ilościowe i jakościowe*, Żak, Warszawa 2010, s.

społecznych, które skonkretyzowane mogą być w dwa podstawowe typy, stanowiące przedmiot pytań:

- cechy i właściwości obiektu, który stał się przedmiotem pytań,
- porównania pomiędzy obiektami pochodzącymi z tej samej klasy.

Pytanie główne określające problematykę przeprowadzonych badań brzmi następująco:

Jakie są warunki sukcesu w rozwoju turystyki województwa opolskiego, przy uwzględnieniu tradycyjnych elementów oceny potencjału turystycznego oraz przede wszystkim aktywności społeczności lokalnych w działaniach na rzecz rozwoju turystyki?

W celu uzyskania jak najlepiej usystematyzowanych danych, pytanie główne uzupełnione zostało, pytaniami szczegółowymi:

1. Kto w gminach województwa opolskiego angażuje się w działania na rzecz rozwoju turystyki w regionie?
2. Czy społeczność lokalna (mieszkańcy danej gminy) są zaangażowani w działania na rzecz rozwoju turystyki w swojej gminie?
3. Czy aktywność władz samorządowych w kontekście rozwoju turystyki w gminach jest widoczna?
4. Czy lokalne strategie rozwoju gmin w zakresie turystyki są komplementarne ze strategiami powiatowymi i strategią wojewódzką w zakresie konstruowania polityki turystycznej?
5. Czy poza strategiami rozwoju w gminach województwa opolskiego funkcjonują inne prawne mechanizmy zarządzania rozwojem turystycznym?
6. Czy w działaniach samorządów lokalnych przejawiają się inne działania mające bezpośredni wpływ na rozwój turystyki?

7. Czy przedsiębiorcy działają na rzecz rozwoju turystyki w regionie?
8. W jaki sposób przedsiębiorcy łączą aspekty działalności gospodarczej i działalności na rzecz rozwoju turystyki w regionie?
9. Jaką rolę w działaniach na rzecz rozwoju turystyki odgrywają stowarzyszenia?
10. Czy wartości ekonomii społecznej znajdują swoje odzwierciedlenie w zakresie aktywność stowarzyszeń na rzecz rozwoju turystyki w województwie opolskim?
11. Na czym polega aktywność stowarzyszeń na rzecz rozwoju turystyki w województwie opolskim?
12. W jaki sposób społeczność lokalna (mieszkańcy danej gminy) są zaangażowani w działania na rzecz rozwoju turystyki w swojej gminie?
13. Jak wygląda aktywność władz samorządowych w kontekście rozwoju turystyki w gminach?
14. Dlaczego posiadanie przez gminy województwa opolskiego podobnych cech i zasobów turystycznych nie prowadzi do występowania podobnych procesów i efektów rozwojowych w tym zakresie?
15. W jaki sposób przedsiębiorcy działają na rzecz rozwoju turystyki w regionie?
16. W jaki sposób przedsiębiorcy dają wyraz swoim oczekiwaniom w zakresie rozwoju turystyki w regionie?
17. Czy deklarowana aktywność podmiotów (społeczność lokalna, władze samorządowe, przedsiębiorstwa, stowarzyszenia) w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie opolskim jest aktywnością przynoszącą określone korzyści?

18. Czy aktywność podmiotów (społeczność lokalna, władze samorządowe, przedsiębiorstwa, stowarzyszenia) w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie opolskim warunkuje sukces tego rozwoju?

19. Czy i w jaki sposób naturalne zasoby turystyczne (kulturowe, przyrodnicze, społeczne) mogą być kształtowane przy pomocy instrumentów rozwoju?

5.3 Hipotezy badawcze

Sam termin „hipoteza”, definiowany jest jako konkretny pomysł, domysł, czy przypuszczenie. W pracy badawczej jest ona formułowana w postaci przypuszczalnej odpowiedzi na wcześniej postawione pytanie. W pierwszej kolejności stawiane jest zatem pytanie badawcze, następnie zaś, na podstawie zróżnicowanych przesłanek, formułowane są propozycje odpowiedzi. Hipotezy te w trakcie procesu badawczego podlegają weryfikacji, która kończy się bądź ich odrzuceniem, bądź przyjęciem.

Często podkreśla się, że hipotezy badawcze powinny zostać sformułowane jeszcze przed rozpoczęciem badań, a same badania miały by rozstrzygać o ich prawdziwości lub też fałszywości. Jednakże poszczególne hipotezy mogą się różnić momentem asercji, czyli stopniem początkowego, poprzedzającego badania przekonania badacza, że prawdziwe jest zdanie twierdzące określone mianem hipotezy. Niekiedy nawet moment asercji może być tak silny, że badacz podejmuje badania tylko po to, aby udowodnić, że jego hipoteza jest prawdziwa. Jednakże niezależnie od przekonań badacza, w momencie formułowania hipotezy, ostatecznym argumentem na jej prawdziwość (lub fałszywość) będzie dopiero wynik badania²⁰⁰.

W niniejszych badaniach poszczególne hipotezy sformułowane zostały w odniesieniu do powyższych pytań, określających problematykę pracy i przedstawiają się w sposób następujący:

²⁰⁰*Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, Wyd. Nauk. PWN, Warszawa 2013, s. 12

Hipoteza główna: Im częstsza aktywność społeczności lokalnych w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie opolskim tym wyższy jest poziom rozwoju turystyki w regionie.

Hipotezy szczegółowe:

1. Im częstsze skupienie aktywności społeczności lokalnych w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie opolskim wokół oddolnych inicjatyw obywatelskich tym większe prawdopodobieństwo sukcesu w rozwoju turystyki w regionie bez względu na posiadane przez gminy naturalne zasoby turystyczne.

2. Im bardziej komplementarna działalność wszystkich regionalnych aktorów na rzecz rozwoju turystyki w województwie opolskim tym wyższy jest poziom wykorzystywania naturalnych zasobów turystycznych.

3. Im społeczność lokalna częściej stosuje instrumenty rozwoju turystyki tym większe prawdopodobieństwo sukcesu w rozwoju turystyki w regionie.

4. Tworzenie regionalnej polityki turystycznej w województwie opolskim opartej o aktywność społeczności lokalnych w działaniach na rzecz rozwoju turystyki zwiększa poziom wykorzystania naturalnych zasobów turystycznych (kulturowych, przyrodniczych, społecznych) w województwie opolskim.

5.4 Metody, techniki i narzędzia badawcze

W socjologii stosowany jest szereg metod, technik i narzędzi badawczych. Metody to przede wszystkim typowe i powtarzalne sposoby zbierania, opracowywania, analizy i interpretacji danych empirycznych, służące do uzyskiwania maksymalnie uzasadnionych odpowiedzi na stawiane w nich pytania²⁰¹. Podstawowy podział metod badań socjologicznych, to podział na metody ilościowe i jakościowe. Metody jakościowe w naukach społecznych opierają się na założeniu, że do badania niektórych problemów lepiej nadają się pogłębione analizy mniejszej liczby

²⁰¹Tamże, s. 13

przypadków, niż powierzchowne dużej. Ponadto zakładają, że wiele spraw lepiej bada się poprzez dogłębne zrozumienie rzeczywistości w oczach aktorów społecznych danej zbiorowości, raczej niż poprzez wykorzystanie wcześniej przygotowanego modelu teoretycznego. Przedstawiciele nurtu jakościowego wolą zatem przeprowadzać badania terenowe, poprzez wielogodzinne nieustrukturyzowane wywiady, shadowing, czy uczestniczące obserwacje, niż robić sondaże i ankiety. Interesuje ich odpowiedź na pytanie "dlaczego" w większym stopniu niż na pytanie "ile". Badania jakościowe są dominującą metodą w antropologii, występują także w socjologii, teorii organizacji i psychologii²⁰².

Metody ilościowe natomiast służą przede wszystkim mierzeniu. W niewielkim stopniu generują nową wiedzę. Dlatego do badań ilościowych należy przechodzić, gdy mamy poczucie, że dobrze rozumiemy naturę zjawiska, które nas interesuje. Socjologia korzysta również z wielu typów i rodzajów narzędzi badawczych, oraz typów badań, jednym z nich są badania ankietowe przeprowadzane na zasadzie pisemnego odpowiadania na zadawane konkretne pytania. Kwestionariusz ankiety jest bardzo istotnym elementem w czasie przeprowadzania tego typu badań. Ankiety stosuje się w celu możliwie szybkiego przebadania dużej zbiorowości ludzi. Ten rodzaj badań pozwala na oszczędność czasu i środków, ponieważ, nie trzeba osobiście rozmawiać z każdym respondentem, lecz można rozprowadzić lub rozśleść odpowiednią ilość ankiet do osób wybranych do badania. Ankiety są wówczas wypełniane bez udziału ankietera. Rola badającego w tej metodzie ogranicza się jedynie do opracowania ankiety i wyboru osób, które zmierza przebadać. Ankieta ma charakter bezosobowy i anonimowy co pozwala na bardziej szczere odpowiedzi badającego, niż w wywiadach ustnych. Pomimo wszystkich zalet ankieta ma też wady, oto niektóre z nich: w bezpośrednich rozmowach można uwzględnić indywidualne różnice respondentów, natomiast w badaniach ankietowych jest to niemożliwe. Trudno byłoby dostosować ankietę do każdego z bliżej nieznanym respondentów. Również trzeba zwrócić uwagę, że w każdej badanej grupie są tacy ludzie, którzy z różnych przyczyn nie umieją dobrze wypełnić ankiety. Im bardziej złożona ankieta

²⁰²K. T. Konecki, D. Chomczyński, Słownik socjologii jakościowej, Wyd. Difin, Warszawa 2012 r., s. 12

tym tych ludzi będzie więcej. Wiele osób ma też problemy z pisemnym formułowaniem swoich myśli. W każdej ankiecie pojawiają się pytania, które mogą wywoływać różne skojarzenia u poszczególnych osób. Powoduje to rozbieżności w interpretowaniu odpowiedzi. Ankieta nie daje możliwości notowania co respondent mówi, jak gestykuluje, jaką ma mimikę w chwili wypełniania ankiety. Nie pozwala odebrać przejawów uczuć respondenta. Skupia się tylko na zbieraniu danych o charakterze ilościowym. Ankiety pocztowe również często przepadają bez odpowiedzi.

Z względu na sposób rozprowadzenia ankiet, wyróżnia się typy: środowiskowe- rozprowadzane przez ankietera w wybranym środowisku, np. wśród pracowników, prasowe- załączone do gazet, czasopism osobno lub na ich łamach, pocztowe- respondent rozsyła ankiety na dane adresy poszczególnych osób wybranych do badania, tutaj jednak trzeba się przygotować na fakt, iż duży odsetek ankiet nie wróci, co wiąże się większym nakładem sił i środków. Zasady opracowywania ankiet również zasługują na uwagę. Dobrze i poprawnie przygotowana ankieta budzi zaufanie i prowadzi do jej wypełnienia. W przeciwnym razie na pewno nie będzie potraktowana poważnie i jej przydatność w analizie będzie znikoma, a uzyskane dane do niczego nieprzydatne. Jeśli chodzi o strukturę ankiety, to warto zwrócić uwagę na to, że powinna ona zawierać minimum pytań potrzebnych do osiągnięcia zamierzonego celu. Należy unikać zbędnych pytań, które nie wniosą istotnych i przydatnych w badaniu informacji. Ankieta ma formę pytań skonstruowanych według interesującego badacza problemu. W ankiecie stawiamy pytania dotyczące bezpośrednio badanego problemu, w przeciwnym razie zbędne pytania spowodują zniechęcenie, a co za tym idzie nie wypełnienie ankiety. Treść ankiety powinna dotyczyć danego zagadnienia. Pytania powinny być sformułowane w prosty sposób, łatwe do zrozumienia, żeby wypełniający nie miał problemu z odpowiedziami²⁰³.

Wywiad jest również jedną z podstawowych form przeprowadzania badania w socjologii, krótko mówiąc jest rozmową, w której biorą udział co najmniej dwie

²⁰³ D. Silverman, *Prowadzenie badań jakościowych*, Wyd. Nauk. PWN, Warszawa 2013, s. 23

osoby, prowadzący wywiad (ankieter) i respondent (osoba, która będzie odpowiadała na pytania). Polega on na zadawaniu pytań i uzyskiwaniu od respondentów odpowiedzi. Celem rozmowy jest uzyskanie określonych wcześniej istotnych dla badacza danych, których przypuszczenia powinny być zawarte w hipotezach.

Typy wywiadów wyróżnia się ze względu na formę wypowiedzianą się respondentów, sposób przeprowadzania wywiadu, zachowanie się badającego jak i ilość uczestników. Zatem można podzielić je na: ustne- rozmowa na interesujący badacza temat, pisemne- pytania i odpowiedzi mogą też być zadawane w formie pisemnej. Może to się odbywać na zasadzie ankiety bądź wcześniej zadanych pisemnie pytań i odpowiedzi na te pytania, które też występują w formie pisemnej. Istnieje również podział na wywiad skategoryzowany i nieskategoryzowany. W wywiadzie skategoryzowanym respondent ma rozmawiać na określony temat ściśle według wcześniej przygotowanego scenariusza. Nie może nic zmieniać, ani kolejności pytań, ani słów użytych w pytaniach, z kolei wywiad nieskategoryzowany inaczej wywiad swobodny, polega na tym, że ankieter ma pełną inicjatywę co do prowadzenia rozmowy, może przedstawiać pytania, kierując się jedynie celem badania. Wywiad ten pozwala na uzyskanie danych jakościowych. Jest jeszcze jeden wywiad częściowo skategoryzowany, co oznacza, że ankieter ma „ściągę” z pytaniami i korzysta z niej, ale nie trzyma się jej ściśle. Ma pełną swobodę i sam kieruje wywiadem. Istnieje jeszcze szereg innych rodzajów i typów wywiadu wyróżniane ze względu na ilość badanych osób, czy ilość ankierów. Do przeprowadzenia wywiadu można wspomóc się różnymi rodzajami środków pomocniczych, np. fotografiami, rysunkami, laleczkami. Takie badanie pozwala wysnuć wnioski o stereotypach czy przesądach zakorzenionych w świadomości badanych oraz ich zaangażowania w sprawy polityczne, społeczne, czy etniczne.

Zarówno metody, jak i techniki badań, określić można mianem sposobu postępowania naukowego. Stanowią one ogólnie polecane sposoby rozwiązywania zadanych problemów badawczych. Techniki z kolei, odnoszą się do działania bardziej szczegółowego, faktycznie stosowanego w określonej dziedzinie nauki. Każda z metod naukowych jest swoistą zasadą, która determinuje wybór techniki badawczej.

Sama metoda równoznaczna jest w pewnym określonym i wyuczonym schematem postępowania. Postępowanie to skierowane jest na realizację konkretnego celu przez dobór odpowiednich środków. Z kolei metoda naukowa, to określony sposób postępowania, które zmierza do realizacji bądź pojedynczego celu, bądź kategorii celów poznawczych w nauce.²⁰⁴ W naukach empirycznych metody badawcze są przede wszystkim powtarzalnymi sposobami zbierania, opracowywania i analizy danych empirycznych. Służą one uzyskaniu odpowiedzi uzasadnionych na zadawane w nich pytania. Wybór metod podporządkowany być powinien, przede wszystkim problematyce badań.²⁰⁵

Do poszczególnych metod badań socjologicznych według pewnych typologii zaliczyć należy:

- Badania surveyowe – to szczególny sposób badania opinii, posługujący się wywiadami z konkretnymi ludźmi. Najczęściej posługuje się przygotowanymi z góry kwestionariuszami. Tego typu badania obejmować mogą całe małe społeczności w konkretnym wieku lub społeczności większe na podstawie badań mniejszej części.
- Badania panelowe – metoda ta polega na wyborze próbki jednostek, które mają stanowić reprezentację badanej populacji. W toku jej realizacji dochodzi do przeprowadzenia z tymi osobami wywiadów na temat rozpatrywanych problemów.²⁰⁶
- Badania pollingowe – są to kwestionariuszowe badania ilościowe, które w większości przypadków stosowane są do analizy postaw, czy opinii publicznej.
- Badania trackingowe – jest to specyficzny typ badań ilościowych, który służyć ma przede wszystkim analizom rynkowym. Jest bardzo podobny do badań kwestionariuszowych, łącząc elementy badań pollingowych. Jego istotą jest powtarzalny pomiar zjawisk, które znajdują się w centrum zainteresowania przeprowadzającego badania.²⁰⁷

Jedną z metod zastosowanych w poniżej pracy, jest metoda sondażu diagnostycznego. Jest to najpopularniejsza metoda badań społecznych zwana też

²⁰⁴ Tamże, s. 24

²⁰⁵ Tamże, s. 35

²⁰⁶ D. Silverman, *Prowadzenie badań jakościowych*, Wyd. Nauk. PWN, Warszawa 2013, s. 33

²⁰⁷ L. Gruszczyński, *Elementy metod i technik badań socjologicznych*, COMPAL, Tychy 2002, s. 52.

sondażem ankietowym. W świetle przedstawianego tematu i w połączeniu z teoretyczną wiedzą zawartą w pracy stanowi ona ważne źródło poznawcze. Dzięki zastosowanej metodzie zbadać można zjawiska o charakterze zachowawczym nawiązując tym samym do opinii i poglądów zbiorowości społecznej. Badania sondażowe zawsze opierają się na specjalnie dobranej próbie dobranej z generalnej populacji.

Technika badawcza z kolei jest to sposób pozyskiwania i gromadzenia materiału badawczego. Techniki ankietowe, niewątpliwie należą do najczęściej wykorzystywanych technik badawczych w socjologii²⁰⁸. Dzieje się tak przede wszystkim dzięki ich fundamentalnym cechom:

- łatwość uzyskiwania danych empirycznych,
- możliwość szybkiego przebadania dużych grup społecznych,
- niski koszt pozyskiwania danych,
- jednolitość uzyskanego materiału,
- łatwe kodowanie i opracowywanie zebranego materiału.

Narzędziem badawczym należy określić przedmiot, który służy do realizacji wybranej techniki badań. W momencie, gdy wybrana technika badawcza ma charakter czasownikowy i wiąże się z czynnością, np. prowadzenie wywiadu, obserwowanie, narzędzie będzie miało znaczenie przedmiotowe i służyć będzie do technicznego gromadzenia danych (kwestionariusz wywiadu, magnetofon, arkusz obserwacyjny).²⁰⁹

Warto, w związku z wyżej opisaną metodą wspomnieć również o możliwościach zastosowania pytań kwestionariuszowych. Pytania ankietowe są najczęściej ścisłe i jednokierunkowe, zamknięte lub otwarte, opatrzone tak zwaną kafeterią, czyli zestawem wszelkich możliwych odpowiedzi. Mogą być one:

- zamknięte; ograniczony zestaw możliwych odpowiedzi,
- półotwarte; możliwość skorzystania z opcji „inne”,
- koniunktywne; pozwalają na dokonanie więcej niż jednej odpowiedzi.²¹⁰

²⁰⁸ D. Silverman, *Interpretowanie danych jakościowych*, Wyd. Nauk. PWN, Warszawa 2012, s. 12

²⁰⁹ T. Pilch, T. Bauman, *Zasady badań pedagogicznych. Strategie ilościowe i jakościowe*, Żak, Warszawa 2010, s. 42.

²¹⁰ Tamże, s. 98-103.

Dodatkowo zamknięte pytania podzielić można na 3 rodzaje:

- koniunktywne;
- dysjunktywne;
- alternatywne.

Alternatywne pytania odznaczają się tym, że można udzielić na nie jedynie dwóch możliwych odpowiedzi: „tak” albo „nie”, czasem jest też w propozycji odpowiedzi „nie mam zdania”, czy też „nie wiem”. Natomiast pytania dysjunktywne to pytania, z góry zakładające możliwość wybrania jedynie jednej odpowiedzi z przynajmniej dwóch propozycji. Koniunktywne pytania to pytania, oferujące wybranie więcej aniżeli jednej odpowiedzi z kilku zaoferowanych.

Do niezwykle ważnych cech badań ilościowych, zaliczyć należy dążenie do badania określonego zjawiska w jego szerokim zakresie. Ważnym elementem samego warsztatu badawczego, staje się tym samym wyobraźnia i intuicja. Wyobraźnia może w istotny sposób nakreślić kierunek dokonywanych odkryć i potęgować odwagę w stawianiu konkretnych pytań. Intuicja będzie tutaj rozumiana jako nagłe zrozumienie sytuacji oraz koncepcja, która pojawia się nawet momencie, gdy badacz nie myśli o danym zagadnieniu. Może ona pojawić się tylko u tego autora badań, którego umysł nastawiony jest na określone zagadnienie. Pamiętać równocześnie należy, że wyobraźnia oraz intuicja, nie zawsze podpowiadają prawidłowe rozwiązania. Jednak z metodach jakościowych doceniania jest ich waga. Warto zatem podążać ich śladem, mimo, iż nie jest się pewnym wyników takiego postępowania.

Kolejną metodą zastosowaną w toku badań, będzie metoda jakościowa, posługująca się indywidualnymi wywiadami pogłębionymi. Wywiad taki posiada dużą elastyczność oraz umożliwia dogłębne zbadanie interesującego badacza zjawiska. Ta technika ma idealne zastosowanie podczas poznawania konkretnych postaw jednostek, czy zbiorowości, opinii i faktów. Materiały, które zostają zebrane przy pomocy tej techniki pomóc mogą w analizie nie tylko układów, ale także i zależności pomiędzy zjawiskami. Wywiad to czynność dwustronna, polega na prowadzeniu rozmowy kierowanej badacza z respondentem, lub respondentami, wedle wcześniej opracowanej dyspozycji, bądź w oparciu o specjalnie przygotowany do tego kwestionariusz.

Wywiad to ściśle przygotowana oraz ukierunkowana interakcja²¹¹, w której to badacz próbuje oddziaływać na osobę badaną stawianymi mu pytaniami oraz skłonić go do udzielenia wypowiedzi odnośnie tematu będącego przedmiotem jego badań. Służy ona głównie do poznania postaw danej zbiorowości, opinii, faktów, przekonań, zamiarów, motywacji, uczuć oraz wyobrażeń. W związku z tym umożliwia poznanie zjawisk, które występują w świadomości osób badanych.²¹² Dzięki wykorzystaniu tej techniki, zebrany materiał umożliwia analizę układów oraz zależności między poszczególnymi zjawiskami.²¹³ Skategoryzowany wywiad, inaczej zwany „kwestionariuszowym”, przeprowadzany jest ściśle wedle przygotowanego wcześniej kwestionariusza. W takim wywiadzie badającemu nie wolno zmieniać słów, które zostały użyte w kolejnych pytaniami, ani też nie może on zmieniać kolejności, w jakiej zadawane są pytania. Celem tego wywiadu, jest wyłapanie jak największej liczby szczegółów, które dotyczą zachowań oraz wypowiedzi respondenta z uwagi na stawiane mu pytania, a także zebranie takich danych, które można będzie porównać z tymi, które uzyskane zostały od innych osób badanych o tym samym temacie.

Wywiad nieskategoryzowany z kolei, jest to wywiad, który prowadzi się w swobodny sposób, gdzie badacz posiada pełną intencję, co do tego, jak rozmowa będzie prowadzona, jakie zada pytania, jednocześnie kierując się tylko celem, który określa poszczególne badawcze działanie. Ten wywiad nie zezwala na uzyskiwanie porównywalnych danych, to znaczy danych o charakterze ilościowym, ale umożliwia zbieranie danych, które ukazują okoliczności oraz uwarunkowania kształtowania się poszczególnych opinii oraz postaw respondentów. Przy pomocy tego wywiadu uzyskać można dane jakościowe.

Z uwagi na sposób prowadzenia wywiadu wyróżnić można wywiad: jawny, jak również ukryty i jawny nieformalny. Wywiad jawny to rozmowa, w której osoba badana poinformowana zostaje o przedmiocie wywiadu, jego charakterze oraz celu. W innym wypadku można mówić o wywiadzie bardziej, lub mniej ukrytym, gdzie badany nie jest poinformowany ani o przedmiocie, czy celach rozmowy, ani o roli ankietera. Dobór odpowiedniego rodzaju wywiadu nie jest kwestią przypadku, czy też

²¹¹ Materiały wizualne w badaniach. Niezbędnik badacza, Wyd. PWN, Warszawa 2013, s. 21

²¹² J. Sztumski, Wstęp do metod i technik badań społecznych, Wyd. Śląsk, Katowice 2010, s. 120.

²¹³ Materiały wizualne w badaniach. Niezbędnik badacza, Wyd. PWN, Warszawa 2013, s. 64

decyzji swobodnej badającego, ale jest następstwem określonej konieczności oraz potrzeb z niej wynikających. Jeśli np. istnieje potrzeba zbierania pewnych danych, przede wszystkim ilościowych i zostaje podjęta decyzja o przeprowadzeniu wywiadu skategoryzowanego, wtedy następstwo przyjęcia takiej formy wywiadu to prowadzenie go w jawny sposób.²¹⁴

Bez wątpienia do przeprowadzenia wywiadu potrzebne jest odpowiednie przygotowanie. Główny cel badacza to uzyskanie prawdziwych informacji, w związku z tym powinien on mieć świadomość, że sprawność przeprowadzenia wywiadu, a także wartość pozyskanego materiału uzależniona jest od wielu czynników. Rzecz jasna najistotniejszy warunek poprawności to odpowiednie przygotowanie dyspozycji. Z kolei przez pojęcie dyspozycji powinno się rozumieć wykaz informacyjnych potrzeb, koniecznych by rozwiązać badane zagadnienie. Jeśli chodzi o wywiad to dyspozycje są pewnego rodzaju planem rozmowy, który zawiera pytania skupiające się wokół badanego problemu.

Z koeli do czynników, które zakłócają wiarygodność uzyskanych informacji w trakcie wywiadu, wpływających na prowadzenie dalszych badań zaliczyć można:

- respondenta, który poprzez to, że stanowi główne źródło zbieranego materiału, stać się może przyczyną świadomego sfalszowania prawdy;
- narzędzie badawcze, jego forma może w znaczny sposób wpływać na treść pozyskiwanych danych;
- osoba badacza, która w niewłaściwy sposób odczytuje zbierane informacje, w dodatku ukierunkowuje przebieg badań, a także kładzie nacisk na poszczególne problemy.

Na szczególną uwagę, w aspekcie przeprowadzanych badań, zasługuje jeden z przedstawionych typów wywiadu. Pogłębiony wywiad indywidualny (individual depth interview – IDI), jest przykładem klasycznej metody jakościowej. W przeważającej ilości przypadków, podobnie jak w przypadku poniższej pracy, jest on stosowany jako uzupełnienie badań ilościowych. Zdarza się również, że jest traktowany jako metoda

²¹⁴ Tamże, s. 121 -122.

eksploracyjna nad badaniami ilościowymi. Taka metoda badawcza pozwala na zapoznanie się ze sposobami myślenia, przeżywania, motywacji, systemów wartości, czy dominujących postaw osób badanych. Przebieg wywiadu powinien mieć charakter indywidualnej relacji nie zaś dyskusji. Osoba przeprowadzająca wywiad zadaje pytania i pomaga w odnalezieniu precyzyjnej odpowiedzi. Jej zadaniem jest kierowanie akcją i samym respondentem. Wywiad pogłębiony określany jest również mianem interakcji nastawionej na określony ściśle cel. Celem tym jest zdobycie pogłębionych informacji i wiedzy, która odnosi się również do przeżywanych przez respondenta doświadczeń i wartości. W związku z powyższym znacznie różni się od zwykłej rozmowy.²¹⁵ W trakcie prowadzonego wywiadu, następuje moment, w którym komunikacja staje się dwukierunkowa doprowadzając do zaistnienia sytuacji wymiany.²¹⁶

Wielu autorów jest zdania, że indywidualny wywiad pogłębiony, odbywać się powinien z towarzyszeniem dyktafonu. Jest to czynnik bardzo ważny, ponieważ badacz, skupiony na notowaniu udzielanych odpowiedzi, nie jest w stanie skoncentrować się na braniu czynnego udziału w toczącej się rozmowie. Co więcej, odpowiedź zarejestrowana w ten sposób, pozwala na uchwycenie autentycznego języka badanego oraz atmosfery przebiegu rozmowy. Tym samym badacz, przychodzi do badanego z pełną świadomością tego, co go interesuje. Nic nie stoi na przeszkodzie, by miał on wcześniej przygotowane pytania, jednak tok wywiadu zależeć będzie od wielu czynników zewnętrznych. Badacz nie ustala więc dokładnego brzmienia pytań lecz określa problematykę badań. Pytania formułowane przez rozmowę mogą jedynie sygnalizować kierunki postępowania i prowadzenia rozmowy. Mogą okazać się pomocne w podtrzymywaniu rozmowy i sygnalizować przygotowanie do wywiadu, jednak nigdy nie determinują przebiegu badania. Jak wcześniej wspomniano, indywidualny wywiad pogłębiony ma formę rozmowy, w trakcie, której, respondent „snuje swoją opowieść”. W rozmowie takiej nie zaleca się unikania pytań sugerujących, drażniących, czy osobistych. Badany jednak może udzielić na nie odpowiedzi lub nie, wiele zależy od atmosfery towarzyszącej

²¹⁵ J. Brzeziński, *Metodologia badań społecznych. Wybór tekstów*, Wyd. Zys i S-ka, Warszawa 2012, s. 12

²¹⁶ Tamże, s.13

rozmowie. Badani traktowani są podmiotowo. Autor badań, zakłada, że są to ludzie odpowiedzialni, znający swoją wiedzę i autentyczni. Tym samym nie może on traktować udzielanych odpowiedzi z jakąkolwiek podejrzliwością i stosować technik, mających na celu sprawdzenie prawdomówności rozmówcy. Nierzadko zdarza się, że temat wymaga kilkukrotnego spotkania rozmówców, należy zatem uprzedzić respondenta, że jest to przedsięwzięcie czasochłonne. Podczas stosowania omawianej metody, należy zwrócić szczególną uwagę na jej pięć podstawowych cech.

Równość

Jest ona równoznaczna z brakiem istnienia rozmówcy lepiej wiedzącego. Obie strony mają taki sam wpływ na przebieg badań. W związku z tym, badany również ma prawo do zadawania pytań.

Współzależność

Uczestnicy dialogi są od siebie zależni. Podczas rozmowy nie dochodzi jedynie do wymiany informacji. Zdarza się, że rozmowa wpływa, na którąś ze stron. Poszczególne pytania mogą powodować uświadomienie sobie przez badanych ich znaczenia.

Wspólnota

Niezwykle ważna dla przeprowadzanego dialogu jest atmosfera rozmowy. Nierzadko, to właśnie więź jaka łączy rozmówców ma bezpośredni wpływ na wyniki badań. Należy zatem wystrzegać się sztuczności a dążyć do intymności oraz wzajemnego zrozumienia. Poczucie wspólnoty wpływa na otwartość i szczerłość rozmówcy.

Uczestnictwo

W dialogu muszą w sposób aktywny, uczestniczyć obydwie osoby. Bowiem budują one wspólnie, wiedzę o interesującym ich zagadnieniu. Zadaniem badacza jest inteligentne podtrzymywanie rozmowy.

Integralność

Uczestnicy powinni zaangażować w rozmowę całą swoją osobowość. Znaczenie ma tutaj zarówno sposób myślenia, jak i poglądy, czy wyznawany system

wartości. Nie może zatem zaistnieć sytuacja, w której, poruszane w rozmowie tematy są mało taktowne lub drażliwe.

Opisane powyżej cechy, w znakomity sposób oddają cechy wywiadu pogłębionego. Badania takie, wiąże się z pewnymi wymaganiami o charakterze etycznym. W wymaganiach tych, zawarte zostały bowiem oczekiwania taktu podczas prowadzenia rozmowy, lojalności, czy otwartej postawy. Możliwości zastosowania opisywanej metody są bardzo duże.²¹⁷ Równocześnie zauważyć należy, że samo podejmowanie się przeprowadzenia badań jakościowych zobowiązuje autora badań do odpowiedniego poziomu empatii i zachowania. Bowiem w badaniach tych, badacz rezygnuje z przedmiotowego traktowania rozmówcy. Stosunki, jakie zachodzą pomiędzy badającym a respondentem, w trakcie realizacji wybranej metody, określić można w sposób następujący:

- badany wie jaki jest cel przeprowadzanych badań – badacz informuje precyzyjnie respondenta o swoich intencjach.
- Badacz nie jest „lepiej wiedzającym”. Badany jest źródłem kompetencji oraz współtwórcą, zdobywanej podczas przeprowadzanej rozmowy wiedzy.
- Osoba badana, ma możliwość wywierania wpływu na treść badania. Może zatem zmieniać jego kierunek, co wynika z założenia nawiązującego do dialektyczności relacji badacz – badany.
- Badacz nie posługuje się takimi kategoriami, które utrudniały by zrozumienie treści badania respondentowi. Jego zadaniem jest przyjęcie postawy otwartej przy minimalnym wpływie własnych tendencji.
- Badanie traktowane jest jako relacja dwustronna. Badacz nie do końca jest więc w stanie przewidzieć jego tok.

²¹⁷ Materiały wizualne w badaniach. Niezbędnik badacza, Wyd. PWN, Warszawa 2013, s.

- Osoba przeprowadzająca badania powinna jak najmocniej zaangażować się w cały proces. Poszczególni autorzy, podkreślają nawet potrzebę zawieszenia na ten czas, działalności teoretycznej.

- Badacz jest świadomy własnej subiektywności w ocenie oraz odbiorze zaistniałej sytuacji. Wie jaki może mieć wpływ na treść oraz przebieg badania, zdając sobie równocześnie sprawę z tego, jaki wpływ ma na niego samo badanie.²¹⁸

Istotne w aspekcie przeprowadzanych badań jest również posłużenie się analizą dokumentów, obejmujących między innymi Strategię Rozwoju Turystyki na Opolszczyźnie oraz elementy dotyczące polityki turystycznej w gminnych strategiach rozwoju. Technika badawcza na tym etapie zbierania materiału badawczego, będzie techniką analizy danych zastanych typu desk research. Służy ona także do poznawania biografii oraz opinii danych jednostek, które wyrażone zostały w dokumentach. Rzadko występować może samodzielnie w charakterze instrumentu poznania naukowego.²¹⁹ Dokumenty, które zostają objęte analizą, z uwagi na ich strukturę mogą przybierać formę obrazowo – dźwiękową, cyfrową lub pisemną.

Analiza źródeł wtórnych jest metodą jakościową, która służy zebraniu oraz analizie danych dotyczących wybranego problemu bez konieczności podejmowania pracy w „terenie”. W przypadku poniższej pracy jest to metoda dodatkowa, uzupełniająca. Mimo, iż badania takie, mogą stanowić badania właściwe, najczęściej wykorzystywane są w tym właśnie charakterze. Badanie takie opiera się na analizie materiałów zastanych, do których należeć mogą dane wygenerowane przez samego badacza w trakcie dotychczasowej pracy lub ogólnodostępne informacje, czy publikacje. Dużą rolę odegrać mogą dane, udostępniane na życzenie przez poszczególne instytucje (urzędy statystyczne, firmy badawcze, organizacje branżowe). Wszystkie materiały, przed włączeniem ich do badań, powinny zostać poddane ocenie wiarygodności oraz aktualności. Do podstawowych zalet owej metody, zaliczyć należy kilka cech:

²¹⁸ Tamże, s. 60.

²¹⁹ Tamże, s. 98.

- jest to metoda nie generująca dodatkowych kosztów, nie wymaga szczególnych umiejętności technicznych,
- pozwala na spojrzenie na opracowywany problem z wielu perspektyw,
- zastosowana w ramach analizy wstępnej, pozwala na zaplanowanie dalszej działalności badawczej,
- w momencie, gdy służy podsumowaniu, umożliwia skrupulatne wykorzystanie wcześniej skompletowanych danych przez sformułowanie konstruktywnych wniosków.²²⁰

Rozróżnić można na ogół klasyczną, tzn. opisową lub jakościową, a także nowoczesną, tzn. ilościową analizę dokumentów. Analiza jakościowa polega przede wszystkim na ich literackiej oraz historycznej interpretacji. Stanowi poszukiwanie właściwości niepowtarzalnych, które są charakterystyczne nie tylko dla analizowanego dokumentu, ale i dla jego twórcy. Z kolei technika ilościowa, polega, jak się można domyślić, na opisie oraz analizie ilościowej badanych dokumentów. Analiza treści jest rodzajem badawczej techniki, która służy do ilościowego, systematycznego oraz obiektywnego opisu treści jawnej informacyjnych przekazów. Treść dokumentów wyrażać może różnego rodzaju liczne zjawiska oraz stanowić świadectwo przemian różnorodnych, a także charakterystyk, czy cech psychicznych, itp..²²¹

Po przeprowadzeniu badań pilotażowych i pretestowych zmodyfikowano nieznacznie kafeterię odpowiedzi w pytaniu 3 oraz 5, rozszerzając ją o dodatkowe aspekty.

5.5 Populacja, dobór i parametry próby

Dobór próby w badaniach empirycznych jest jednym z bardzo istotnych etapów postępowania badawczego. Całkowity zbiór obiektów poddawanych analizie nazywamy populacją, natomiast podzbiór danych pochodzących z populacji i będący podstawą uogólnień na całą populację nazywamy próbą. Dobór próby polega na wyborze odpowiednich, zazwyczaj możliwie reprezentatywnych, elementów

²²⁰ http://cogision.com/uslugi_narzedzia/desk-research/, 2013-07-10.

²²¹ E. Babbie, Podstawy badań społecznych, PWN, Warszawa 2013, s. 358-370.

populacji, które zostaną poddane badaniu. Dobranie odpowiedniej próby pozwala na wnioskowanie o całej populacji bez konieczności badania wszystkich jej desygnatów z określoną, wystarczająco wysoką pewnością rezultatów. Rezultat badania statystycznego wyrażony jest statystycznie i służy dalszemu opracowaniu oraz interpretacji w kontekście tematu badań. Błędy doboru próby powodują brak odzwierciedlenia rozkładu cech populacji w próbie. Rzutują na całe badanie. Błędnie dobrana próba skutkuje nieprzydatnością badania do opisu zjawisk i prawidłowości w populacji. Hipotezy sformułowane wstępnie pozostają nierozstrzygnięte. Skutki są podobne do przekłamań w zebranych danych. Wykrycie błędu doboru próby jest trudne i wymaga prześledzenia metodologii badań oraz znajomości realiów tematu badania. Istnieją wyodrębnione trzy podstawowe sposoby doboru próby: dobór losowy, dobór celowy oraz dobór warstwowy.²²²

Niezwyczajnie istotny jest również wybór odpowiedniego terenu badań, który nie wiąże się jedynie z określeniem przestrzeni geograficznej. Może on dotyczyć również placówki, czy instytucji. Ów wybór jest równoznaczny z podjęciem decyzji o poruszeniu pewnego zespołu zagadnień oraz układów społecznych, które stanowią przedmiot zainteresowań. Inaczej rzecz ujmując, wybór terenu badań jest równoznaczny z określeniem typologii wszystkich zagadnień, wskaźników i cech, jakie poddane muszą być badaniu. Muszą one zostać odnalezione na określonym terenie u odpowiednich grup społecznych lub w zjawiskach i układach społecznych, by w następnej kolejności mogło dojść do wytypowania regionu, grup zjawisk i instytucji będących obiektem zainteresowania.

Podczas, gdy wywiad kwestionariuszowy, zaliczyć należy do badań ilościowych, warto wspomnieć o sposobie doboru populacji, podczas realizacji badań jakościowych, również realizowanych przez autora. Ze względu na fakt, iż w badaniach jakościowych rezygnuje się z postulatu reprezentatywności próby, która daje możliwość zastosowania szerokich uogólnień, o doborze osób, decyduje względy merytoryczne. Większego znaczenia nie ma zatem liczba przebadanych osób oraz

²²² Tamże, s. 231-238.

sposób jej doboru. W przypadku, w którym, przeprowadzającemu badania, zależy szczególnie na zróżnicowaniu badanych pod względem określonych cech, może on celowo dobierać próbę. W tych typach badań, które wymagają kilkukrotnego wglądu w badane środowisko, lub w takich, w których tematyka należy do szczególnie trudnych, badacze mogą docierać do rozmówców za pośrednictwem kanałów nieformalnych, przychodząc do badanego, jako osoby polecane przez znajomych. W efekcie, badacz przestaje być osobą anonimową i nieznaną. Nie ukrywa się również z wiedzą o badanym. Część rodzajów badań jakościowych, wymaga wprost zaprzyjaźnienia się z rozmówcą lub dobrego, wzajemnego poznania się.

Wywiad kwestionariuszowy przeprowadzony został wśród:

1. Przedstawicieli władz samorządowych województwa opolskiego na poziomie gmin, zajmujących się kwestiami rozwoju turystyki i promocją regionu (specjaliści z zakresu turystyki z gminnych wydziałów promocji) - 71 standaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych (brak doboru próby, badania we wszystkich gminach woj. opolskiego).
2. Przedstawicieli stowarzyszeń zrzeszonych w OROT (Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna) - 13 standaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych (brak doboru próby, badania ze wszystkimi przedstawicielami stowarzyszeń zrzeszonych w OROT)
3. Przedstawicieli przedsiębiorstw zrzeszonych w OROT (Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna) - 36 standaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych (brak doboru próby, badania z wszystkimi przedstawicielami przedsiębiorstw zrzeszonych w OROT)
4. Indywidualnych członków OROT (Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna) - 29 standaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych (brak doboru próby, badania ze wszystkimi indywidualnymi członkami OROT).

Indywidualne wywiady pogłębione objęły grupę piętnastu respondentów będących nieformalnymi liderami opinii w zakresie propagowania turystycznej działalności w regionie. W tym typie badań dobór próby był doborem celowym.

6 Czynniki sukcesu w rozwoju turystyki województwa opolskiego. Wyniki własnych badań empirycznych

6.1 Ukryte potencjały w zakresie uwarunkowań i perspektyw rozwoju turystyki w wymiarze regionalnym

Województwo Opolskie niewątpliwie jest miejscem wielokulturowego dziedzictwa, mianowicie region ten to splot tradycji polskiej, niemieckiej oraz czeskiej. Będąc najmniejszym województwem w Polsce zajmuje znaczącą pozycję na tak zwanej „kulturowej” mapie Polski. Posiada dużą liczbę obiektów wpisanych w rejestr zabytków nieruchomych (2824 obiekty - w tym 69 drewnianych kościołów, 214 parków, 190 zabudowań folwarcznych, 81 zabudowań gospodarczych, 153 pałace i dwory). Wizytówką regionu są kompleksy średniowiecznej architektury sakralnej i świeckiej, które znajdują się głównie w stolicy województwa. Ponadto bogate zasoby dziedzictwa kulturowego stanowią historycznie ukształtowane zespoły urbanistyczne i ruralistyczne, obiekty użyteczności publicznej, dworce kolejowe, szpitale, szkoły, obiekty techniki, zabytkowe parki oraz cmentarze.²²³ Przestrzeń starego miasta w obrysie średniowiecznych murów obronnych wraz jego przedmieściami stanowi obecnie dużą atrakcję tak dla mieszkańców miasta, jak i dla turystów podążających szlakiem zamków Piastowskich i średniowiecznych miast lokacyjnych. Dużym zainteresowaniem turystów cieszy się opolski Rynek oraz odrestaurowana Starówka. Wśród kamienic otaczających Rynek zachowało się kilka oryginalnych budynków, pozostałe zostały odbudowane po wojnie z zachowaniem ich pierwotnego barokowego charakteru.²²⁴

W rejestrze zabytków Opola znajdują się następujące obiekty:

- 108 budynków,
- zespół dworca kolejowego,
- zespół wodociągów miejskich,

²²³ Badanie zrealizowane przez Fundeko Sp. J. na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Opolskiego, Raport końcowy dla badania ewaluacyjnego pn. „wpływ usług turystycznych na rozwój gospodarczy regionu”, Warszawa 2012, s. 71.

²²⁴ Załącznik do uchwały nr XIV/122/07 Rady Miasta Opola z dnia 28 czerwca 2007 roku PROGRAM ROZWOJU MIASTA OPOLA na lata 2007-2015, Opole 2007, s. 12-13.

- zespół fabryczny,
- most i jaz na Młynówce,
- 4 parki,
- 7 cmentarzy,
- 4 kościoły,
- 2 zespoły klasztorne,
- 13 stanowisk archeologicznych,
- 17 zabytków ruchomych (rzeźby),
- zespół rynkowy,
- pozostałości Zamku Piastowskiego,
- pozostałości zamku górnego,
- zespół urbanistyczny miasta średniowiecznego w obrysie murów obronnych

Województwo opolskie należy do jednego z najzasobniejszych w obiekty zabytkowe regionów Polski. Charakteryzuje się ono jednocześnie zróżnicowanymi uwarunkowaniami rozwoju turystyki. Decydują o tym zarówno walory środowiska przyrodniczego, różnorodność form krajobrazowych, jak i szeroki wachlarz różnych rodzajów wypoczynku oraz duża liczba obiektów zabytkowych. Opolskie cechuje duże nasycenie zabytkami w stosunku do powierzchni województwa, a występowanie zabytków w dużych zespołach umożliwia zorganizowanie „turystycznych szlaków zabytków”, takich jak na przykład szlak architektury drewnianej. Ponadto gotyckie kościółki z polichromiami, bogactwo zabytków techniki, charakterystyczna dla Opolszczyzny duża liczba rezydencjonalnych zespołów pałacowo-folwarczno-parkowych, dobrze utrzymane zespoły sakralne oraz ustalone stany własnościowe zabytków stanowią o znaczącym potencjale regionu dla działalności turystycznej i rekreacyjnej. Niestety wiele zabytków jest w złym stanie technicznym, co obniża ich atrakcyjność.²²⁵

²²⁵ Program opieki nad zabytkami województwa opolskiego na lata 2007-2010, grudzień 2007, Krajowy Ośrodek Badań i Dokumentacji Zabytków w Warszawie, Oddział Terenowy. Regionalny Ośrodek Badań i Dokumentacji Zabytków w Opolu. Sejmik Województwa Opolskiego., s. 96.

„Województwo opolskie ma bardzo wiele atutów pomimo, że jest bardzo małe, ale posiada spore zasoby wody, zajmuje pod tym względem 4 miejsce w kraju. Zbiorniki te mogą służyć turystyce i wypoczynkowi. Na terenie województwa znajduje się wiele jezior, sporo mniejszych obszarów wodnych, które służą turystom w okresie letnim, ale także są dobrym miejscem służącym sportom rekreacyjnym: żeglarstwo, sporty motorowe. Duży potencjał posiada również rzeka Odra, która jest drugą rzeką w kraju, mamy tutaj możliwość pływania nią na duże odległości ponieważ posiada ona szeroką europejską sieć wodną. Na przykład z Kędzierzyna-Koźle do Szczecina, a później jeszcze kanałami przez Berlin do Paryża. Drugim atutem są tutaj na pewno małe Góry Opawskie z ciekawą infrastrukturą – może niekoniecznie do sportów zimowych typu narciarstwo – z pewnością można uprawiać tutaj narciarstwo biegowe, ponieważ mimo braku szlaków, są miejsca do tego wyznaczone. W lecie natomiast jest to wspaniały teren dla turystyki kwalifikowanej, dla młodzieży, dla osób które chodzą po górach i jeżdżą na rowerach. Są tutaj organizowane obozy. Możliwy również jest połów pstrąga. Góry Opawskie otoczone są parkiem krajobrazowym położonym na terenie nizinnym, który oferuje wszystko to, co może zaoferować turystom las, czyli grzyby, ryby, siedliska zwierząt, wystawy poświęcone przyrodzie przy izbach leśnych czy lokalnych muzeach. Jest również park krajobrazowy, Góra Św. Anny czyli miejsce kultowe, pielgrzymkowe, które od kilku lat odwiedza spora ilość osób, jak i również miejsce w którym znajduje się drugi w Polsce Geopark Krajowy. Jest tu również Muzeum Powstań Śląskich, wiele rezerwatów, bardzo dobre warunki do jazdy na rowerach. Oferuje ono agroekoturystykę, turystykę związaną z lasami szczególnie ciekawą dla myśliwych, jak i również dziedzictwo – ze względu na bogatą historię zarówno z I jak i II wojny światowej, czy historię Rodów Śląskich”.

(IDI)

Istotną rolę w rozwoju kulturalnym regionu odgrywa miasto Opole, ze względu na swoją historię, tradycję, przeszłość kulturalną jak i bieżący rozwój instytucji kultury. W dużym stopniu rozwój województwa Opolskiego związany jest z prowadzonym życiem kulturalnym w regionie. Mianowicie współcześnie i od wielu lat

*Opole uchodzi jako stolica polskiej piosenki. Odbywają się takie imprezy kulturalne jak: Krajowy Festiwal Piosenki Polskiej od 1964 roku, Aleja Gwiazd Polskiej Piosenki i inne Koncerty festiwalowe w Amfiteatrze Opolskim.*²²⁶

Rysunek 8. Amfiteatr w Opolu



Źródło: P. Mielec, U. Kiraga, T. Kandziora, Visit Opolskie. Katalog produktów turystycznych, Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna, Opole 2012, s. 4.

Ogromnym potencjałem dla rozwoju turystyki w województwie opolskim jest rozwój turystyki wiejskiej. Istotnym kierunkiem rozwoju jest podnoszenie standardów bazy turystycznej, czyli noclegów, miejsc rekreacyjnych czy też wypoczynkowych i modernizacja infrastruktury. Nie mniej jednak niezbędne jest zastosowanie odpowiednich działań mających na celu rozwój infrastruktury z związanej z kreowaniem i obsługą ruchu turystycznego. Przede wszystkim należy zwrócić uwagę na:

- podniesienia standardu bazy turystycznej (hotelowej, gastronomicznej, rekreacyjnej i wypoczynkowej),
- wspierania budowy i modernizacji infrastruktury związanej z komunikacją i informacją w tym względzie oraz ochroną środowiska na terenach sprzyjających rozwojowi turystyki.

²²⁶ Załącznik do Uchwały Nr XXXIX/350/2005 Sejmiku Województwa Opolskiego z dnia 11 października 2005 r. „Strategia rozwoju województwa opolskiego” Urząd Marszałkowski Województwa Opolskiego 2005”, s. 10.

- wspieranie współpracy gospodarstw agroturystycznych i innych podmiotów w kreacji i promocji produktu turystycznego.
- Ważnym czynnikiem warunkującym rozwój agroturystyki i całej turystyki wiejskiej jest tworzenie i działalność większej liczby regionalnych stowarzyszeń.
- budowanie i wdrażanie regionalnych koncepcji produktu turystycznego, których celem jest stworzenie wielu lokalnych, unikalnych ofert, które dzięki swej różnorodności znaleźć mogą wielu nabywców.
- nieustanna restrukturyzacja i modernizacja obiektów turystyki, w tym głównie należałoby skupić się na rewitalizacji zabytków techniki i architektury w celu zwiększenia atrakcyjności turystycznej regionu, rozwijać i modernizować infrastrukturę noclegową i gastronomiczną oraz pozostałą infrastrukturę turystyczną, między innymi w obiektach, które stanowią o specyfice regionu, tworzyć infrastrukturę służącą rozwojowi aktywnych form turystyki, w tym budowę i modernizację obiektów sportowych i rekreacyjnych.
- udostępnienie dla potrzeb turystyki rzek i zbiorników wodnych, obszarów leśnych i rolniczych.²²⁷

Istotnym czynnikiem mającym niebagatelny wpływ na rozwój turystyki w województwie Opolskim jest strategia rozwoju realizowana w latach 2007-2013. Celami strategicznymi jest rozwój głównie:

- turystyki rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej,
- turystyki na terenach wiejskich,
- turystyki kulturowej i miejskiej,
- turystyki przygranicznej i tranzytowej,
- turystyki biznesowej.²²⁸

Priorytetami województwa opolskiego w rozwoju turystyki jest maksymalne wykorzystanie środków w ramach funduszy Unii Europejskiej, przy jednocześnie zmniejszonym finansowaniu z budżetów samorządów. Ponadto istotny wpływ na

²²⁷ Tamże, s. 40.

²²⁸ P. Dec, Strategiczne wyzwania rozwoju ruchu turystycznego na poziomie regionalnym, Jesenik 2009, s. 7

rozwój turystyki w regionie ma dynamiczny rozwój informacji turystycznej, dlatego też władze województwa chcą nadrobić wieloletnie opóźnienie w tej kwestii. Priorytetem stała się również konieczność zabezpieczania corocznych środków finansowych przeznaczonych na badania ruchu turystycznego, co niewątpliwie pozwoli na trafniejsze podejmowanie działań w zakresie rozwoju turystyki i na bardziej racjonalne wykorzystanie środków finansowych na promocję regionu. Dbłość o prawidłowy rozwój turystyki zależy również od produktów turystycznych, dlatego też kluczowym elementem rozwojowym stało się wypracowanie profesjonalnych ofert produktów turystycznych jak również wytyczenie i oznakowanie szlaków turystycznych.²²⁹ Ponadto warto wspomnieć o projektach turystycznych, które są kluczowe dla województwa opolskiego, na realizację całego Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Opolskiego przewidziano 427,1 mln euro, które pochodzą z funduszy strukturalnych. Tabela 5 prezentuje projekty turystyczne realizowane z ramach RPO WO.

Instytucjami i partnerami wspierającymi rozwój turystyki na poziomie regionalnym są:

- Urząd Marszałkowski
- Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna
- wsparcie Polskiej Organizacji Turystycznej
- wsparcie samorządów powiatowych i gminnych
- Opolskie Centrum Rozwoju Gospodarki
- Organizacje Pozarządowe
- firmy turystyczne
- współpraca trzech śląskich województw w ramach „Makroregionu Śląsk.”²³⁰

²²⁹ Tamże, s. 22.

²³⁰ Tamże, s. 23.

Tabela 5: Projekty turystyczne realizowane z ramach RPO WO

REJON	NAZWA PROJEKTU	WARTOŚĆ INWESTYCJI
Gmina Prudnik	Stowarzyszenie Regionalnej bazy turystyczno-noclegowej przedgórza Gór Opawskich	15 462 462, 18 zł
Gmina Zawadzkie	Utworzenie Regionalnego Centrum Turystycznego „Dolina Małej Panwi” (rys. 9)	16 547 301, 86 zł
Miasto Opole	Zwiększenie atrakcyjności turystycznej Miasta Opole po przez zagospodarowanie terenów wzdłuż Odry	24 999 189, 86zł
Województwo Opolskie	Moszna Zamek – Regionalnym Ośrodkiem Turystyki Rekreacyjnej i Kulturowej (rys. 10)	37 500 000, 00 zł

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: P. Dec, Strategiczne wyzwania rozwoju ruchu turystycznego na poziomie regionalnym, Jesenik 2009, s. 10.

Rysunek 9. Gmina Zawadzkie - spływ kajakowy Małą Panwią



Źródło: Galeria zdjęć, dostęp: 14.10.2013; <http://www.krainadinozaurow.pl/gmina-zawadzkie,g,6,1.html>



Źródło: Moszna – bajkowy zamek, dostęp: 14.10.2013; <http://www.national-geographic.pl/traveler/artykuly/pokaz/moszna-bajkowy-zamek/>

W województwie opolskim realizowane są również inne działania, z których finansowane są działania w zakresie turystyki, prezentuje je tabela 6.

Tabela 6. Projekty realizowane w ramach innych działań w zakresie turystyki

NAZWA PROJEKTU	WARTOŚĆ INWESTYCJI
Podziałanie 1.4.1 RPO (przedsiębiorcy)	63 667 205, 76 EUR
Podziałanie 1.4.2 (samorządy i stowarzyszenia)	41 653 800, 10 EUR
Działanie 5.3 RPO (kultura oraz ochrona dziedzictwa kulturowego i naturalnego)	ok. 13 000 000 EUR
Inne projekty „turystyczne” współfinansowane z programów na szczeblu krajowym	ok.10 000 000 EUR

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: P. Dec, Strategiczne wyzwania rozwoju ruchu turystycznego na poziomie regionalnym, Jesenik 2009, s. 11.

Województwo opolskie posiada predyspozycje do rozwoju turystyki, w tym agroturystyki, co wskazano jako jeden z celów operacyjnych, przyjętych w „Strategii rozwoju województwa opolskiego”. Turystyka występuje w tym ujęciu jako element rozwoju gospodarczego regionu. Wykorzystując potencjał turystyczny obszarów wiejskich i walory przyrodniczo krajobrazowe region opolski powinien wspierać głównie rozwój agroturystyki oraz innych rodzajów turystyki poprzez podnoszenie estetyki i ładu przestrzennego wsi (m.in. dbałość o zachowanie historycznego układu

przestrzennego wsi oraz lokalnych elementów regionalnego stylu architektonicznego). Warto w tym celu tworzyć system szlaków tematycznych oraz budować, rozbudowywać i modernizować między innymi parkingi leśne.²³¹ Rozwój turystyki w województwie Opolskim upatruje się w wykreowaniu atrakcyjnego i konkurencyjnego produktu turystycznego, a także w turystyce sentymentalnej. Niemniej jednak infrastruktura związana z turystyką nie pozwala w pełni wykorzystać regionalnych zasobów, co jest poważną barierą rozwojową.²³² Region posiada zróżnicowane i stosunkowo równomiernie rozmieszczone zaplecze obiektów sportowych i rekreacyjnych. Brakuje jednak hal sportowych wielofunkcyjnych z widownią, mało jest też krytych pływalni, lodowisk i kortów tenisowych. Dla zwiększenia atrakcyjności regionu, dla mieszkańców, jak i osób przyjeżdżających z poza województwa należałoby ponieść dodatkowe inwestycje w zakresie obiektów/terenów sportowych umożliwiających uprawianie sportów niszowych, jak np. golf. Ponadto lokalizacja kompleksowych obiektów sportowych, jak np. aquapark, w pobliżu atrakcyjnego pod względem turystycznym, terenu mogłaby przyciągnąć znaczące grupy turystów z poza regionu.²³³ Pod względem poziomu życia region opolski jest bardzo atrakcyjny, a wykorzystanie walorów przyrodniczych, krajobrazowych, etnicznych i kulturowych w działaniach promujących Opolszczyznę również w innych obszarach - to istotna możliwość rozwojowa (np. jako region, w którym przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą mogą czuć się bezpiecznie, godnie żyć i atrakcyjnie wypocząć, a kontrahenci są pracowici, uczciwi i zaradni) w skali krajowej i europejskiej. W układzie Polski zachodniej województwo opolskie należy do tych stref, które poprzez walory środowiskowe, społeczno-kulturowe i infrastrukturalne mogą przyczynić się do wzmocnienia wizerunku tej części Polski jako obszaru przyciągającego nowych mieszkańców, inwestorów, turystów i innych użytkowników.²³⁴

²³¹ Plan Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Opolskiego. Załącznik nr 1 do Uchwały nr XLVIII/505/2010 Sejmiku Województwa Opolskiego z dnia 28 września 2010 r., s. 198.

²³² Ministerstwo Sportu i Turystyki Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku, DOKUMENT RZADOWY przyjęty przez Radę Ministrów w dniu 26 września 2008 r. Warszawa 2008, s. 23.

²³³ K. Heffner, Program rozwoju Województwa Opolskiego, Opole 2011, s. 107.

²³⁴ Tamże, s. 107.

Województwo Opolskie zaangażowane jest w *Program Odnowy Wsi*, to program, w ramach którego wprowadzono po raz pierwszy metodę budowania strategii rozwoju przez sołectwa, a kluczową kwestią stały się oddolność i zaangażowanie mieszkańców. Dwanaście lat funkcjonowania Programu spowodowało, że jakość życia na obszarach wiejskich uległa znacznej poprawie. Aktywni mieszkańcy sołectw tworzą obecnie stowarzyszenia, które są beneficjentami środków krajowych i unijnych, a na wsiach realizowane są ciekawe projekty wzmacniające tożsamość, życie wspólnotowe, tworzące odpowiednią infrastrukturę rozwoju i wzmacniające współpracę.²³⁵

Rysunek 11. Plac spotkań nad Jeziorem Paczkowskim Kozielno (gm. Paczków)



Źródło: Źródło: P. Mielec, U. Kiraga, T. Kandziora, Visit Opolskie. Katalog produktów turystycznych, Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna, Opole 2012, s. 23.

W 2008 roku rozpoczęto wdrażanie akcji „Wieś przyszłości”, która stała się zasadniczym kierunkiem funkcjonowania Programu Odnowy Wsi. Jej głównym celem jest zintegrowanie wszystkich działań podejmowanych przez sołectwa i samorządy lokalne. W efekcie tworzony jest pewien regionalny kierunek wykorzystania środków

²³⁵ Dobre przykłady „Odnowy Wsi” w województwie opolskim, Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie. Publikacja opracowana przez Urząd Marszałkowski Województwa Opolskiego. Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Pomocy Technicznej Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013. Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 - Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, s. 2.

Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich w latach 2007-2013, zmierzający do całościowego podejścia do realizacji projektów dofinansowanych ze środków unijnych, a nie tworzenie projektów w punktowy sposób zaspokajający potrzeby lokalne. Akcja skierowana jest w głównej mierze do sołectw zaangażowanych w proces odnowy wsi, aby dzięki jej realizacji doprowadzić do specjalizacji i kooperacji sieciowej wykorzystującej naturę globalizacji. Model „Wsi przyszłości” to dobrowolne i świadome osiąganie przez wieś modelowego zestawu stanów i zasobów w zakresie wyposażenia infrastrukturalnego, organizacji i strategii oraz przedsięwzięć o kluczowym znaczeniu.²³⁶

„Województwo opolskie jest liderem we wdrażaniu Programu Odnowy Wsi jako regionalnego systemu wsparcia sołectw. W związku z tym opolskie wsie są wyjątkowe, a realizowane tam projekty mogą stanowić dobry przykład zaangażowania mieszkańców oraz wykorzystania środków krajowych czy unijnych. Z jednej strony sołectwa we własnym zakresie wykonują drobne projekty integrujące i upiększające ich „małe ojczyzny”, z drugiej strony dzięki aktywnym liderom stają się miejscem absorpcji znacznych środków unijnych. (...)

Istotnym instrumentem wsparcia sołectw jest Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich (KSOW), będąca platformą współpracy i wymiany doświadczeń w dziedzinie rozwoju obszarów wiejskich. Głównym celem KSOW, finansowanej ze Schematu III Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013, jest „wsparcie wdrażania i oceny polityki w zakresie rozwoju obszarów wiejskich oraz identyfikacja, analiza, rozpowszechnianie oraz wymiana informacji i wiedzy w tym zakresie wśród wszystkich zainteresowanych partnerów na poziomie lokalnym, regionalnym oraz wspólnotowym”.

Wypowiedź Członka Zarządu Województwa Opolskiego

Należy zaznaczyć, iż ogromny wkład w rozwój turystyki w województwie ma tworzenie klastrów, które dążą do wprowadzenia innowacyjnych rozwiązań z zakresu

²³⁶ Tamże, s. 2.

obsługi ruchu turystycznego i biznesowego oraz zbudowania pozytywnego wizerunku kluczowych miejscowości regionu. Co więcej, korzyści wewnętrzne (dla podmiotów tworzących klaster), jak i zewnętrzne (dla całego regionu) są ze sobą wzajemnie powiązane, co stanowi dodatkowy pozytywny stymulator dla dynamicznego rozwoju sektora turystycznego w danym regionie. W województwie opolskim w 2008 roku powstał pierwszy w kraju klaster turystyczny. Obecnie funkcjonują trzy klastry:

- Kraina Miodem i Mlekiem Płynąca
- Klaster Visit Opolskie
- Stowarzyszenie dla Gór Opawskich.

„W turystyce jest przyszłość dla klastrów turystycznych. Myślę, że przy współpracy wszystkich szczebli samorządu, należy wypracowywać właśnie takie kierunki rozwoju turystycznego, aby wykorzystać potencjał też tych małych miejscowości. One też mają coś do zaoferowania, ale nie są w stanie przebić się swoją ofertą, ale mogą stanowić uzupełnienie oferty. Każda gmina ma swój potencjał i pozyskała środki w mniejszym lub większym stopniu, ale nie zawsze potrafią połączyć to w jeden produkt. Musi być również wykorzystana współpraca, informacja i stworzona platforma, na której ludzie będą wykorzystywać potencjał i będą myśleli jak w przyszłości uzupełnić braki w infrastrukturze turystycznej. Powinno być duże powiązanie między obszarami kultury, turystyki i sportu, bo nie da się, by te dziedziny się nie zazębiały.

(IDI)

Bardzo istotne jest również stworzenie wspólnego systemu informacji i promocji turystycznej. Mianowicie jak wynika z literatury przedmiotu informacja turystyczna to niezbędny składnik promocji turystycznej, ma ona służyć nie tylko turystom indywidualnym ale również organizatorom wypoczynku grupowego, i innych różnorodnych form turystyki. Z informacji turystycznej korzystają biura podróży, organizacje społeczne i animatorzy wypoczynku. Z jednostek systemu "it" korzystają osoby i grupy zróżnicowane zawodowo, wiekowo, o preferencjach

wynikających ze stopnia zamożności i zainteresowań. System "it" uczestniczy w upowszechnianiu turystycznego modelu zagospodarowania wolnego czasu współkształtując modę na turystykę.²³⁷ Informacja turystyczna jest więc ściśle związana z promocją danego kraju, regionu, miasta, zabytku czy atrakcji turystycznej. Rola jej w rozwoju turystyki jest zatem istotna, bowiem zrealizowanie nowych przedsięwzięć, kampanii reklamowych czy sprzedaż już konkretnego produktu jest uzależniona od formy przekazania informacji o nim. Ponadto warto podkreślić, iż informacja turystyczna traktowana jest jako jedno z podstawowych narzędzi służących rozwojowi turystyki. Poprzez gromadzenie i dystrybucję informacji turystycznej można kształtować podaż i popyt na rynku turystycznym. Dynamiczny rozwój turystyki jako sposób spędzania wolnego czasu wymaga informacji turystycznej na coraz wyższym poziomie. Regionalny jak również lokalny system informacji turystycznej ułatwia promocję walorów bazy i usług danego terenu, służy informacjom zainteresowanym, indywidualnym i zbiorowym, konsumentom. Dobra informacja turystyczna kształtuje wielkość, rodzaj i czasowość ruchu turystycznego, jest także ważnym narzędziem kształtowania polityki turystycznej kraju.²³⁸

Na terenie województwa opolskiego znajduje się kilkanaście certyfikowanych punktów informacji turystycznej, mianowicie:

- Opolskie Centrum Informacji Turystycznej,
- Miejska Informacja Turystyczna,
- Centrum Informacji Turystycznej w Nysie,
- Punkt Informacji Turystycznej Gminy Leśnica,
- Punkt Informacji Turystycznej w Jemielnicy,
- Punkt Informacji Turystycznej w Szkolnym Schronisku Młodzieżowym
- Centrum Informacji Turystycznej w Brzegu,
- Centrum Informacji Turystycznej w Głubczycach,
- Centrum Informacji Turystycznej w Głuchołazach,
- Centrum Informacji Turystycznej w Turawie,

²³⁷ Program Rozwoju i Funkcjonowania Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej, Śląska Organizacja Turystyczna, Katowice 2008, s. 103,

²³⁸ Kruczek Z., Walas B., Promocja i informacja turystyczna. Proksenia. Kraków 2004, s. 181.

- Centrum Rozwoju I Promocji Turystycznej w Pokoju,
- Centrum Informacji Turystycznej w Oleśnie,
- Centrum Informacji Turystycznej Gminy Gogolin w Kamieniu Śląskim.²³⁹

Warto również podkreślić, że istotny wpływ na rozwój turystyki w województwie Opolskim ma właśnie dostępność informacji, których niewątpliwie dostarcza między innymi katalog „Visit Opolskie – Katalog Produktów turystycznych”, w którym to można znaleźć gotowe propozycje spędzenia czasu z rodziną czy przyjaciółmi, oferowane są gotowe szlaki turystyczne również dla turystów lubiących aktywnie spędzać wolny czas. Ponadto odnaleźć można tam podstawowe informacje (lokalizacje, dane kontaktowe, informacje o oferowanych usługach itp.) o obiektach turystycznych, takich jak hotele, ośrodki, kluby, pałace, zamki i wiele innych. Całość katalogu jest bogata w szereg różnorodnych zdjęć, niewątpliwie zachęcających do zwiedzania województwa Opolskiego.

Region ma ciekawe ukształtowanie terenu oraz bogatą sieć rzeczną, można tu spotkać liczne chronione gatunki zwierząt, roślin i grzybów, a także dużą ilość głązów narzutowych i źródeł wodnych. Dla ochrony tych wartości przyrodniczych utworzono dotychczas trzy parki krajobrazowe, trzydzieści pięć rezerwatów przyrody, oraz wiele innych zespołów przyrodniczo-krajobrazowych. Ponad 30% obszaru województwa znajduje się pod ochroną. Walory przyrodnicze, krajobrazowe i kulturowe to wielki atut regionu, który oczekuje na turystów, potrafiących docenić piękno i bogactwo jego przyrody.²⁴⁰

Spoglądając z nieco innej perspektywy turystyka jako element rozwoju gospodarczego regionu jest nastawiona na kreowanie konkurencyjności regionu za pomocą produktów turystycznych, które powstają wokół zarówno naturalnych jak i tworzonych walorów turystycznych. Obszary priorytetowe rozwoju turystyki w regionie opierają się na produktach turystycznych, ze szczególnym uwzględnieniem turystyki aktywnej i wypoczynkowej na bazie zbiorników wodnych w Nysie, Otmuchowie, Turawie, Paczkowie i mającego powstać zbiornika głubczyckiego.

²³⁹ P. Mielec, U. Kiraga, T. Kandziora, Visit Opolskie. Katalog produktów turystycznych, Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna, Opole 2012, s. 2.

²⁴⁰ Przyroda, <http://www.visitopolskie.pl/pl/oRegionie/czytaj/id,8/t,Przyroda.html>, dostęp: 13.10.2013.

Ważną rolę odegra turystyka uzdrowiskowa i zdrowotna w gminach, gdzie naturalne źródła, kopaliny lecznicze i klimat oraz odpowiednia infrastruktura techniczna pozwolą na stworzenie profesjonalnej oferty i komercyjnego wykorzystania istniejących już naturalnych warunków, niezbędnych do prowadzenia i rozwijania lecznictwa. Możliwości rozwoju produktu turystycznego leżą w wykorzystaniu rzeki Odry, upowszechnianiu i promocji turystyki miejskiej i kulturowej oraz wiejskiej i agroturystycznej.²⁴¹

Kolejnym istotnym elementem rozwoju turystyki w regionie jest posiadanie wykwalifikowanej kadry, która będzie stanowiła element usługi turystycznej. W rozwoju turystyki niezbędne jest całe spektrum działań marketingowych, które będą prowadzić do efektywnej sprzedaży produktu. Niezmiernie ważnym elementem będzie prowadzenie w regionie polityki w zakresie kształtowania przestrzeni turystycznej, uwzględniając dostępność walorów turystycznych i poszanowanie zasady zrównoważonego rozwoju. Zamierzone efekty możliwe będą do zrealizowania dzięki wsparciu instytucjonalnemu regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych przez jednostki samorządu terytorialnego, ukierunkowane na pozyskiwanie wsparcia funduszy strukturalnych UE.²⁴²

Jak już wcześniej wspomniano województwo Opolskie wyróżnia się pod względem ilości posiadanych walorów przyrodniczych. Niestety stopień wykorzystania potencjału środowiska naturalnego nie jest zbyt wysoki, wśród nich wymienić można głównie:

- zbiorniki wodne (jeziora) – ogromne możliwości, ale wciąż jeszcze nie w pełni wykorzystany potencjał turystyczny. Dlatego też w przyszłości mając na względzie jak najlepsze wykorzystanie tych terenów konieczne będzie podjęcie działań w kierunku rewitalizacji, budowy i rozbudowy oraz modernizacji infrastruktury wodnej.²⁴³

²⁴¹ Załącznik do Uchwały Nr XXXIX/350/2005 Sejmiku Województwa Opolskiego z dnia 11 października 2005 r. „Strategia rozwoju województwa opolskiego” Urząd Marszałkowski Województwa Opolskiego 2005”, s. 35.

²⁴² Tamże, s. 35.

²⁴³ Badanie zrealizowane przez Fundeko Sp. J. na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Opolskiego, Raport końcowy dla badania ewaluacyjnego pn. „wpływ usług turystycznych na rozwój gospodarczy regionu”, Warszawa 2012, s. 75-77.

- Odra oraz miejscowe mniejsze rzeki – brak zagospodarowania głównej rzeki przepływającej przez województwo, Odra jest nie wykorzystaną atrakcją turystyczną w województwie Opolskim. W najbliższych latach działania powinny się skupić na modernizacji i rozbudowie. Na przykład przystanie pozwoliłyby na większe wykorzystanie walorów, można by organizować rejsy i spływy. Tu też warto zaznaczyć, iż już jest realizowany projekt „Odra Urzeka”, który ma właśnie na celu podniesienie atrakcyjności rzeki oraz zwiększenie potencjału regionu pod względem turystycznym.²⁴⁴
- parki krajobrazowe - Brakuje promocji i informacji dla turystów, dlatego wymagana jest realizacja inwestycji w zakresie rozbudowy, modernizacji i rozwoju infrastruktury (np. oznakowanie szlaków pieszych, rozwój systemu tras rowerowych),
- JuraPark Krasiejów – markowy produkt turystyczny
- Ogród zoologiczny – obiekt o najwyższej liczbie odwiedzających w regionie

Walory turystyczne tworzą zarówno zasoby środowiska naturalnego jak również przejawy działalności człowieka, które są bezpośrednim przedmiotem zainteresowania turystów. Tak więc zarówno zabytki, dziedzictwo kulturowe, baza sportowa, rekreacyjna, noclegowa jak i walory przyrodnicze stanowią potencjał turystyczny. Województwo opolskie posiada zarówno bogatą ofertę kulturową, historyczną jak również przyrodniczą.

„Województwo opolskie to miejsce, gdzie wysycenie Zamków i Pałaców jest najwyższe w Polsce. Przy tych miejscach dobrze rozwinięta jest sieć wodna: liczne jeziora, rozlewiska, kanały. Część z tych obiektów jest zdewastowana i zniszczona, jednak część tych terenów które są po renowacji jako miała miejsce w ostatnich latach przez osoby prywatne czy publiczne, odzyskała swój blask, świetność i dzisiaj świadczy usługi turystyczne. Moim zdaniem stanowi to duży potencjał i mocną stronę

²⁴⁴Strategia rozwoju turystyki w województwie opolskim na lata 2007–2013, Opole-Kraków 2005, s. 47-48.

(Respondent wskazuje tutaj obiekty flagowe: Pałac w Mosznej, Zamek w Rogowie, Pałac w Kamieniu Śląskim, Zamek Piastów Śląskich w Brzegu, pozostałości średniowieczne, obronne). Wokół tych obiektów tworzy się szereg ciekawostek jak np. Polsko-Czeskie Centrum Szkolenia Rycerstwa w Byczynie, gdzie prężnie działa Bractwo Rycerskie. Jak na tak małe województwo bardzo dobrze rozwinięta jest tutaj również baza kulturalna, jest tutaj sporo muzeów o szerokiej tematyce, ponad 80 obiektów architektury drewnianej zgromadzonej w skansenie, około 69 obiektów sakralnych czyli kościołków na terenie województwa, bazyliki, szlaki murowane, gotyckie, szlaki kulturowe typu szlak Św. Anny, który łączy ośrodki Kultu Maryjnego itp. Na terenie województwa znajduje się również ogród zoologiczny, odwiedzany co roku przez kilkaset tysięcy osób, JuraPark, który powstał na bazie unikatowych odkryć prehistorycznych znalezisk i funkcjonujących stanowisk paleontologicznych. Dzięki zagospodarowaniu terenu wykopalisk powstał park rozrywki, nauki i zabawy oparty na tematyce dinozaurów.”

(IDI)

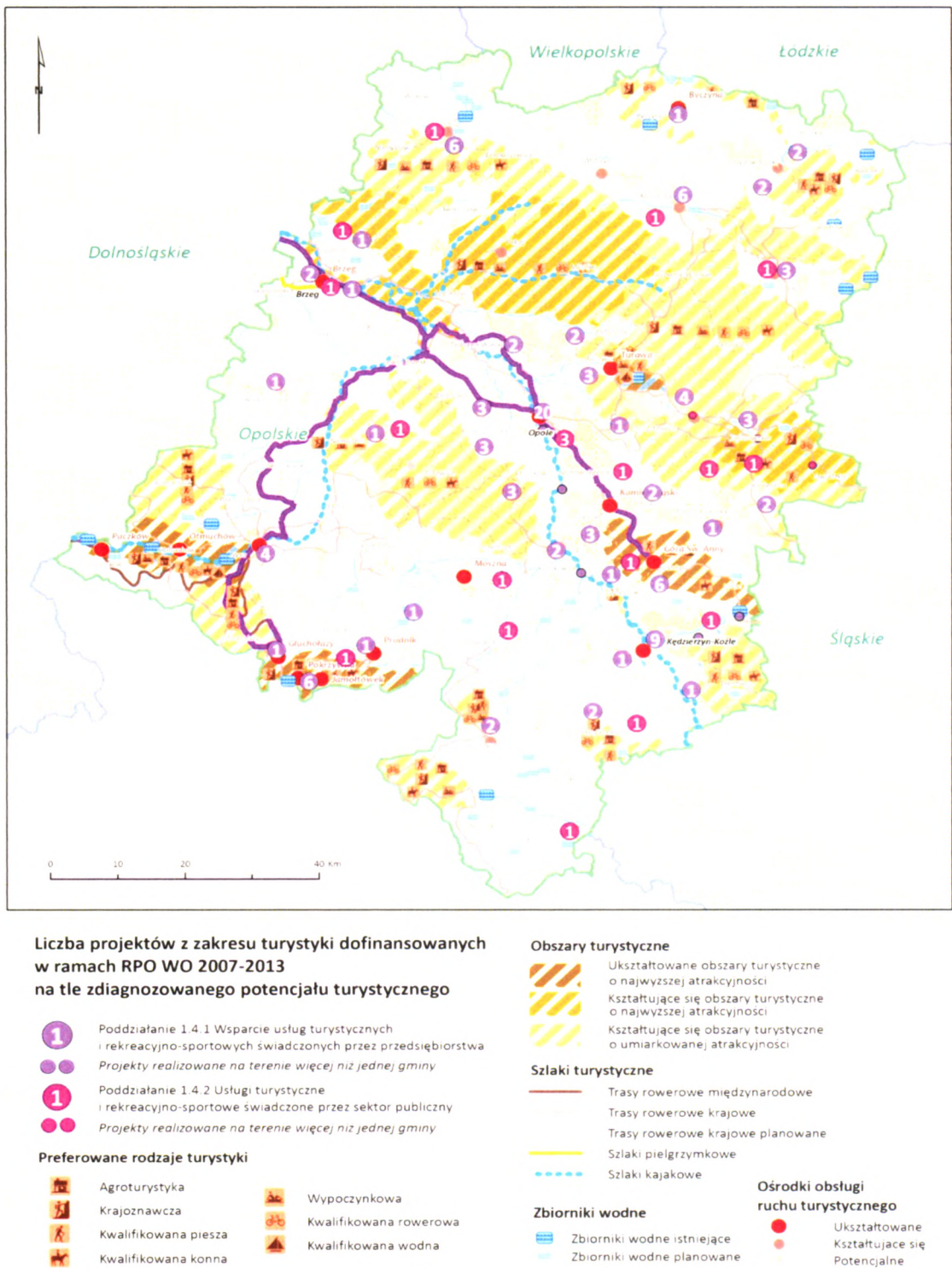
Największy potencjał mają: „małe, ruchliwe miasteczka z historyczną nutą. Zdecydowanie przyciąga to turystykę samochodową. Ciężko jest znaleźć wyróżnik, który świadczyłby o tym, że jest to wyjątkowe miejsce ponieważ na tę jego wyjątkowość składa się bardzo wiele czynników. Same obiekty agroturystyczne nie są wystarczające i nie byłyby konkurencją w skali kraju, ponieważ oferta ta jest bogata również na innych terenach Polski chociażby na terenie województwa dolnośląskiego. Zdecydowanie zamki i pałace są wyjątkowe, ponieważ każdy z osobna ma niepowtarzalną architekturę i ofertę, która jest związana z określoną historią, która się z tymi obiektami wiąże. Poza tym są takie obiekty jak wcześniej wspomniany JuraPark czy Opole jako Stolica Polskiej Piosenki, które z pewnością są unikatowe i niepowtarzalne w skali kraju.”

(IDI)

Niezwykle istotny wpływ na podniesienie atrakcyjności miejsc turystycznych mają projekty realizowane w ramach RPO WO 2007-2013, którego głównym

założeniem jest kreowanie usług rekreacyjno-sportowych. Polegają one głównie na poszerzeniu oferty turystycznej i rekreacyjnej. Wynika to z zamieszczonej mapy (Rysunek 11), na której zlokalizowane są projekty turystyczne. Część z nich z zakresu usług turystycznych jest zlokalizowanych na terenie obszarów o potencjale turystycznym jednakże nie wszystkie. Część projektów z zakresu rozwoju bazy noclegowej oraz gastronomii wygenerował pas autostrady, który nie posiada potencjału turystycznego, jednakże wymaga powiększenia i poszerzenia usług zarówno hotelowych jak i gastronomicznych.

Rysunek 12. Projekty turystyczne na tle potencjału turystycznego



Źródło: Badanie zrealizowane przez Fundeko Sp. J. na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Opolskiego, Raport końcowy dla badania ewaluacyjnego pn. „wpływ usług turystycznych na rozwój gospodarczy regionu”, Warszawa 2012, s. 84.

6.2 Warunki sukcesu w rozwoju turystyki województwa opolskiego uwzględniające tradycyjne elementy oceny potencjału turystycznego

Sukces województwa opolskiego pod względem rozwoju turystyki niewątpliwie związany jest rozwojem gospodarczym regionu. Mianowicie kluczowe stało się tu tworzenie obiektów, jak również produktów turystycznych wokół naturalnych walorów turystycznych. Obszarami priorytetowymi, które są najważniejszymi i najbardziej perspektywicznymi obszarami rozwoju to zbiorniki wodne - między innymi w Nysie, Otmuchowie czy też Turawie. Ponadto warto zaznaczyć, że region słynie z uzdrowisk, w których naturalne źródła wodne oraz panujący klimat tworzą znakomite warunki do rozwoju turystyki w województwie. *Stanowią one czynny walor turystyczny i zdrowotny, które niewątpliwie stwarzają ogromne możliwości do uprawiania sportów wodnych, wędkarskich, a także kąpieli na otwartym powietrzu. Co więcej turystyka wodna odgrywa ogromną rolę w gospodarce regionu i pełni ważne funkcje, mianowicie klimatyczną, transportową, estetyczną i jak już zostało wspomniane leczniczą.*²⁴⁵

Województwo Opolskie jest jednym z najmniejszych województw w Polsce, nie mniej jednak zajmuje znaczną pozycję na kulturowej mapie Polski i posiada znaczące zasoby kulturowe. Wykorzystywanie przez turystykę elementów środowiska przyrodniczego w formie walorów turystycznych warunkuje kształtowanie środowiska przyrodniczego. Konieczność udostępnienia turystom korzystania z walorów przyrodniczych wymusza, nie tylko działania związane z jej udostępnieniem, ale także racjonalnego wykorzystania zasobów przyrodniczych, w przeciwnym wypadku mogą stracić one swoją wartość. Stan środowiska i walorów przyrodniczych jest niezwykle ważnym czynnikiem, warunkującym funkcjonowanie turystyki, która wymaga obszarów czystych i mało zdegradowanych.²⁴⁶

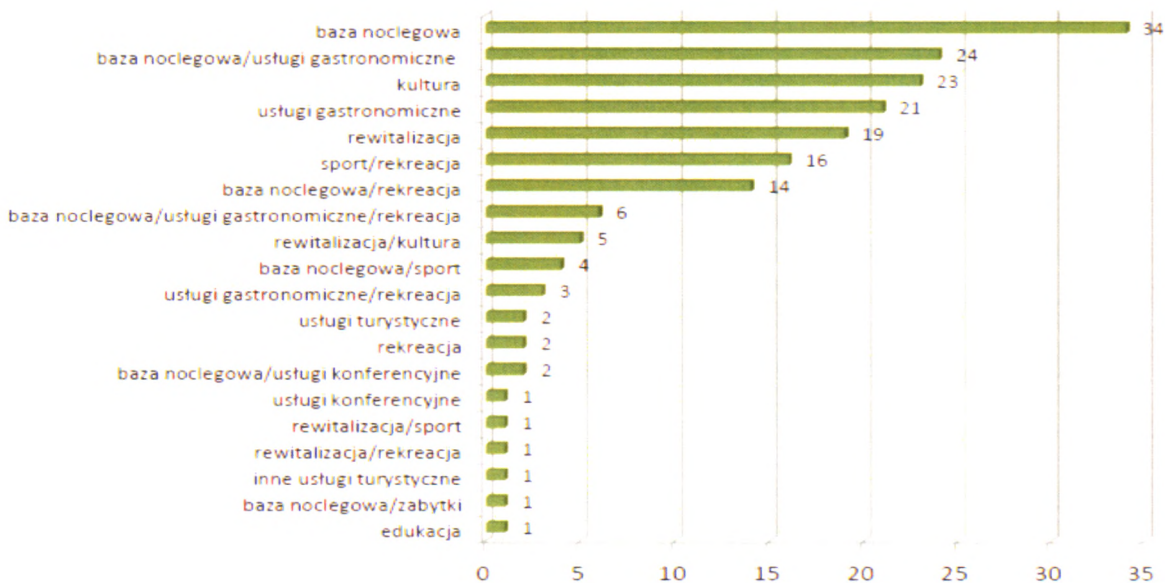
Najczęściej podejmowanymi działaniami na rzecz rozwoju turystyki w województwie jest tworzenie projektów dotyczących bazy noclegowej. Najwięcej tych

²⁴⁵ Załącznik do Uchwały Nr XXXIX/350/2005 Sejmiku Województwa Opolskiego z dnia 11 października 2005 r. "Strategia rozwoju województwa opolskiego" Urząd Marszałkowski Województwa Opolskiego 2005", s. 35.

²⁴⁶ Badanie zrealizowane przez Fundeko Sp. J. na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Opolskiego, Raport końcowy dla badania ewaluacyjnego pn. „wpływ usług turystycznych na rozwój gospodarczy regionu”, Warszawa 2012, s. 77

przedsięwzięć realizowanych jest w zakresie kultury (np. budowa/rozbudowa domów kultury, tworzenie izb regionalnych), usług gastronomicznych (budowa/rozbudowa lokali gastronomicznych) oraz działania rewitalizacyjne (rewitalizacja obiektów zabytkowych, parków, układów komunikacyjnych) – dane te przedstawia poniższy rysunek.

Rysunek 13. Typy projektów turystycznych realizowanych w ramach RPO WO 2007-2013. Dane w liczbach



Źródło: Badanie zrealizowane przez Fundeko Sp. J. na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Opolskiego, Raport końcowy dla badania ewaluacyjnego pn. „wpływ usług turystycznych na rozwój gospodarczy regionu”, Warszawa 2012, s. 28.

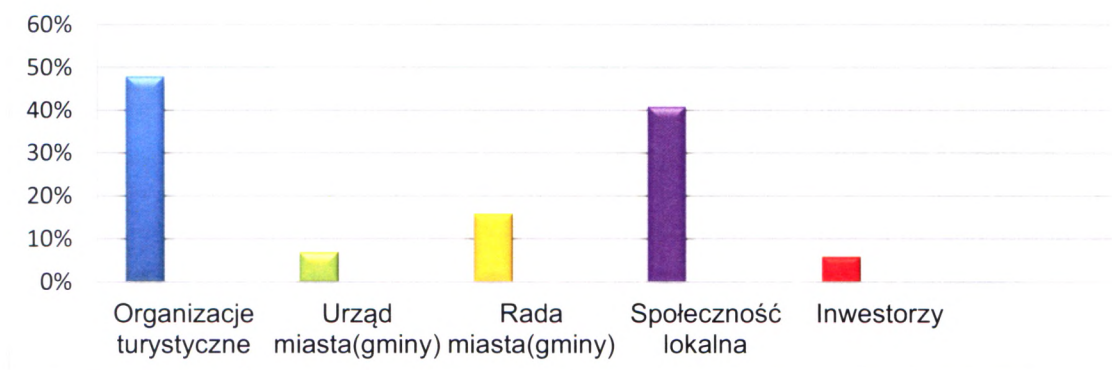
Prowadzone inwestycje realizowane są głównie w rejonach atrakcyjnych turystycznie- wyróżniających się szczególnymi walorami przyrodniczymi. Jak wynika z raportu przeprowadzonego na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego „*walory turystyczne tworzą zarówno zasoby środowiska naturalnego jak również przejawy działalności człowieka, które są bezpośrednim przedmiotem zainteresowania turystów. Tak więc zarówno zabytki, dziedzictwo kulturowe, baza sportowa, rekreacyjna, noclegowa jak i walory przyrodnicze stanowią potencjał turystyczny. Województwo opolskie posiada zarówno bogatą ofertę kulturową, historyczną jak również przyrodniczą.*”²⁴⁷

²⁴⁷Raport końcowy dla badania ewaluacyjnego pn. „wpływ usług turystycznych na rozwój gospodarczy regionu”, Warszawa 2012, s. 82

6.3 Aktywność obywatelska w działaniach na rzecz rozwoju turystyki województwa opolskiego

W toku prowadzonych badań ocenie pod względem angażowania się w działania na rzecz rozwoju turystyki poddane zostały takie podmioty w gminie jak organizacje turystyczne, społeczność lokalna, Urząd Miasta (Gminy) oraz przedsiębiorcy. Zdecydowana większość respondentów wskazała, że w najwyższy stopień zaangażowania w rozwój turystyki w regionie przejawiają Organizacje Turystyczne, natomiast w nieco mniejszym stopniu społeczność lokalna. Wyniki prezentuje wykres 1.

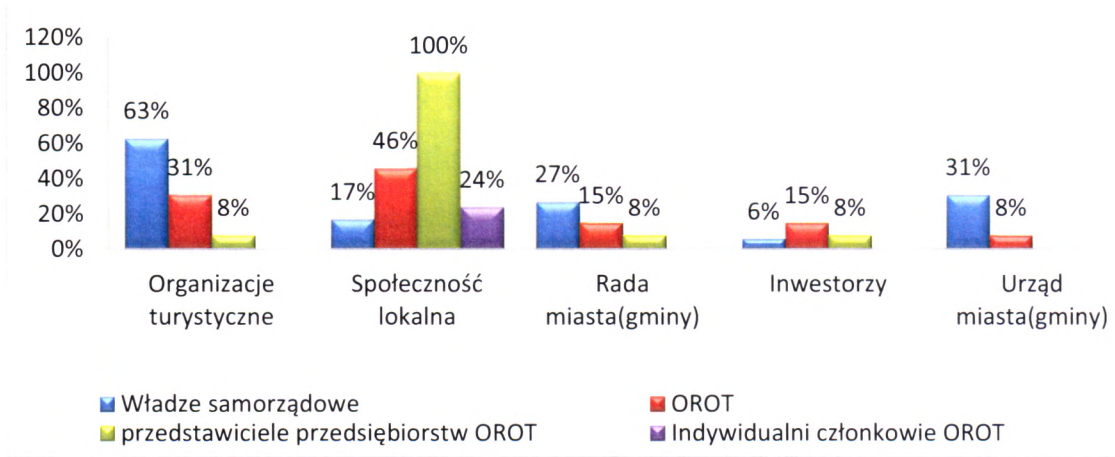
Wykres 1. W jakim stopniu poszczególne podmioty w gminach angażują się w działania na rzecz rozwoju turystyki w regionie. Dane w % (N=149)



Źródło: Badanie własne.

Z zebranych danych wynika, iż najwyżej ocenione podmioty w gminach angażujące się w działania na rzecz rozwoju turystyki w regionie (wykazujące: bardzo duże i duże zaangażowanie) były Organizacje Turystyczne i w nieco mniejszym stopniu społeczność lokalna. Natomiast najmniejszą aktywność w ocenie respondentów wykazywali inwestorzy oraz Rada miasta (gminy). Zobaczmy jak odsetki odpowiedzi kształtowały się w podziale na poszczególne grupy respondentów. Wykres 2 prezentuje właśnie takie ujęcie. Opis kategorii OROT oznacza stowarzyszenia zrzeszone w Opolskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej

Wykres 2. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: W jakim stopniu poszczególne podmioty w gminach angażują się w działania na rzecz rozwoju turystyki w regionie? Dane w % (N=149). Dane nie sumują się do 100%

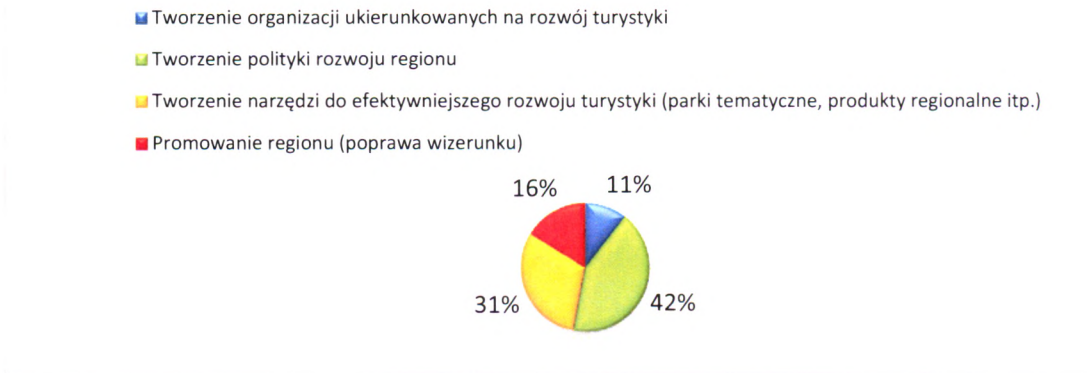


Źródło: Badanie własne.

Według poszczególnych grup respondentów w działania na rzecz rozwoju turystyki w regionie różne grupy zaangażowane są w różnym stopniu. Według władz samorządowych najbardziej w te działania zaangażowane są organizacje turystyczne (63%). Według przedstawicieli przedsiębiorstw najbardziej zaangażowana jest społeczność lokalna. Przedstawiciele stowarzyszeń OROT twierdzą, że inwestorzy angażują się najbardziej w działania na rzecz rozwoju turystyki.

Jeśli chodzi o realizację zadań w zakresie rozwoju turystyki w regionie, to odbywa się ona głównie poprzez tworzenie polityki rozwoju regionu (42%), jak również tworzenie narzędzi do efektywniejszego rozwoju turystyki (31%) w tym parki tematyczne, czy też produkty regionalne.

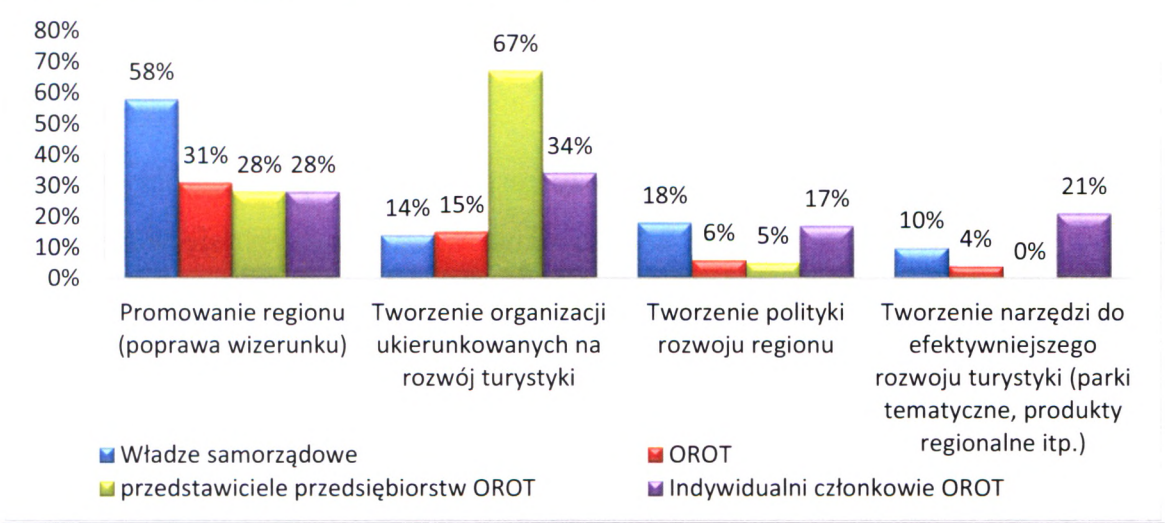
Wykres 3. Realizacja zadań w zakresie rozwoju turystyki w regionie przez urzędy gmin. Dane w % (N=149)



Źródło: Badanie własne.

W ramach działań podejmowanych przez urzędy miejskie i urzędy gmin na rzecz rozwoju turystyki, respondenci najczęściej wskazywali na promowanie regionu i poprawę wizerunku, jak również na tworzenie organizacji ukierunkowanych na rozwój turystyki. Aktywność władz samorządowych w opinii większości ankietowanych jest widoczna, natomiast głównym motywem działania władz samorządowych ukierunkowanym na poprawę wizerunku regionu jest zapewnienie konkurencyjności regionu. Wykres 4 oraz tabela 5 prezentują szczegółowe dane w tym zakresie.

Wykres 4. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Które z poniższych zadań realizuje urząd gminy w zakresie rozwoju turystyki w regionie? Dane w procentach (N=149)



Źródło: Badanie własne.

Według władz samorządowych w największym stopniu realizowane jest promowanie regionu poprzez poprawę wizerunku (58%). Według przedstawicieli przedsiębiorstw jest to tworzenie organizacji ukierunkowanych na rozwój turystyki (67%). To zadanie jest również najintensywniej realizowanym przez urzędy gmin i miast według indywidualnych członków OROT (34%). Ta grupa respondentów uznała również za istotne promowanie regionu (28%) oraz tworzenie narzędzi do efektywniejszego rozwoju turystyki (21%). Tabela 5 również prezentuje rozkład odpowiedzi na pytanie: „Które z poniższych zadań realizuje urząd gminy w zakresie rozwoju turystyki w regionie?”

Tabela 4. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Które z poniższych zadań realizuje urząd gminy w zakresie rozwoju turystyki w regionie? Dane w % i w liczbach osób badanych. (N=149)

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Promowanie regionu (poprawa wizerunku)	41	58%	4	31%	10	28%	8	28%
Tworzenie organizacji ukierunkowanych na rozwój turystyki	10	14%	2	15%	24	67%	10	34%
Tworzenie polityki rozwoju regionu	13	18%	4	6%	2	5%	5	17%
Tworzenie narzędzi do efektywniejszego rozwoju turystyki (parki tematyczne, produkty regionalne itp.)	7	10%	3	4%	0	0%	6	21%
Łącznie	71	100%	13	100%	36	100%	29	100%

Źródło: Badanie własne.

Zastanowić się również należy, czy respondenci w poszczególnych grupach zgadzają się ze stwierdzeniem, że władze samorządowe angażują się w działania na rzecz rozwoju turystyki? Okazuje się, że w ujęciu całościowym większość respondentów zdecydowanie się zgadza albo raczej się zgadza, odpowiednio 45% i 36%z takim stwierdzeniem. Szczegółowe wyniki w tej kwestii przedstawia wykres 5.

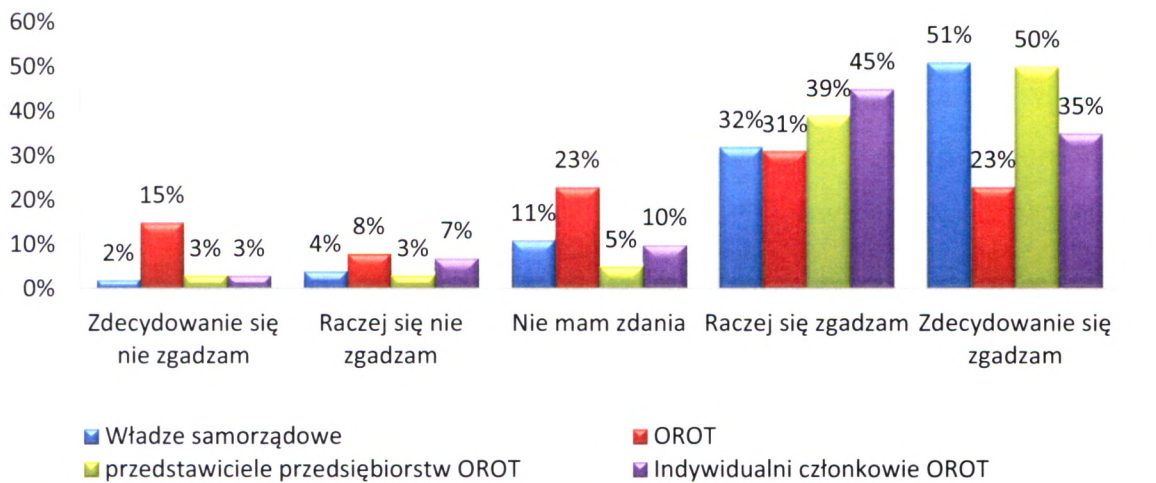
Wykres 5. Aktywność władz samorządowych w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w gminach jest widoczna. Dane w %



Źródło: Badanie własne.

Zobaczmy jak rozkład odpowiedzi na to pytanie wyglądał w poszczególnych grupach respondentów. Najwięcej wskazań odpowiedzi: zdecydowanie się zgadzam uzyskały władze samorządowe oraz przedstawiciele przedsiębiorstw, odpowiednio 51% i 50%. Z kolei Najwyższy odsetek odpowiedzi: zdecydowanie się nie zgadzam uzyskały stowarzyszenia OROT. Bardzo duży odsetek w tej grupie respondentów otrzymało również wskazanie odpowiedzi: nie mam zdania (23%). Szczegółowe dane zostały przedstawione na wykresie 6 oraz w tabeli 6.

Wykres 6. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: W jakim stopniu zgadza/nie zgadza się Pan/Pani ze zdaniem: Aktywność władz samorządowych na rzecz rozwoju turystyki w gminach jest widoczna. Dane w procentach (N=149)



Źródło: Badanie własne

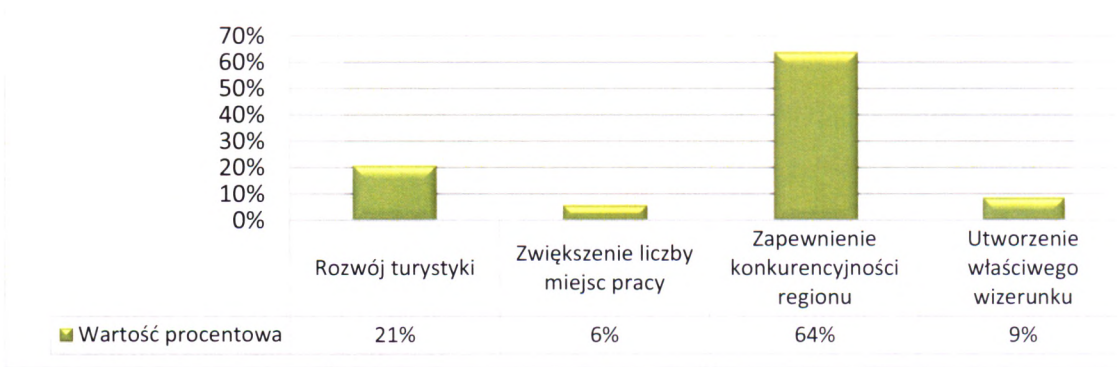
Tabela 5. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: W jakim stopniu zgadza/nie zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: Aktywność władz samorządowych na rzecz rozwoju turystyki w gminach jest widoczna. Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149)

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Zdecydowanie się nie zgadzam	1	2%	2	15%	1	3%	1	3%
Raczej się nie zgadzam	3	4%	1	8%	1	3%	2	7%
Nie mam zdania	8	11%	3	23%	2	5%	3	10%
Raczej się zgadzam	23	32%	4	31%	14	39%	13	45%
Zdecydowanie się zgadzam	36	51%	3	23%	18	50%	10	35%
Łącznie	71	100%	13	100%	36	100%	29	100%

Źródło: Badanie własne.

Działalność władz samorządowych na rzecz rozwoju turystyki skierowana jest głównie na poprawę wizerunku regionu, którego głównym motywem jak wskazują badania jest zapewnienie konkurencyjności regionu 63% wskazań ogółu respondentów oraz rozwój turystyki 22% wskazań ogółu respondentów. Komplementarność strategii rozwoju gmin w zakresie turystyki ze strategią wojewódzką w zakresie konstruowania polityki turystycznej według respondentów jest zgodna w pełni tylko według 63% ogółu respondentów. Wykres 7 prezentuje rozkład odpowiedzi na pytanie o główne motywy działań władz samorządowych, które są ukierunkowane na poprawę wizerunku regionu.

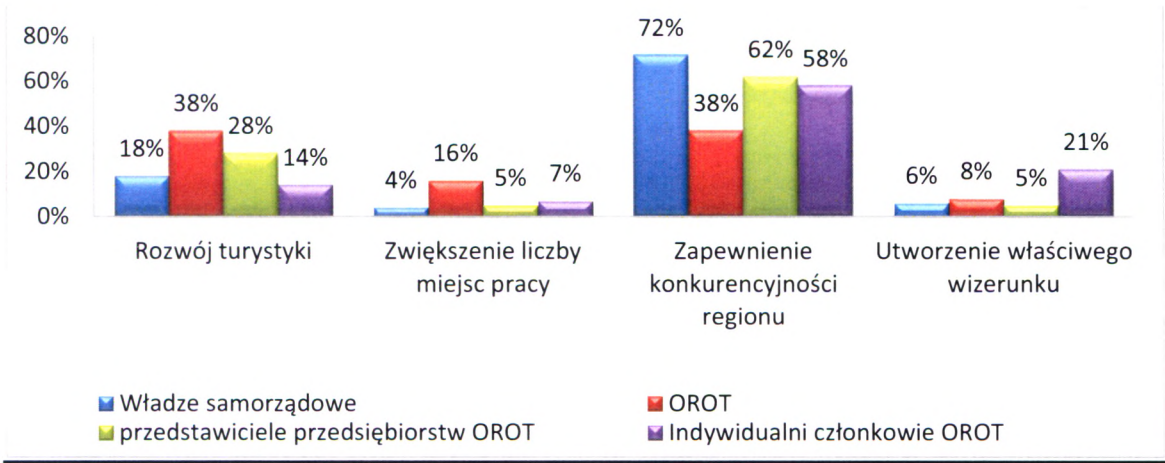
Wykres 7. Główne motywy działań władz samorządowych ukierunkowanych na poprawę wizerunku regionu.
Dane w %



Źródło: Badanie własne.

Zobaczmy jak wygląda rozkład odpowiedzi na to samo pytanie w podziale na poszczególne grupy respondentów. Dane te zostały przedstawione szczegółowo na wykresie 8 i w tabeli 7.

Wykres 8. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jaki jest główny motyw działań władz samorządowych ukierunkowanych na poprawę wizerunku regionu? Dane w procentach (N=149)



Źródło: Badanie własne.

Zapewnienie konkurencyjności regionu uzyskało najwięcej wskazań wśród przedstawicieli władz samorządowych oraz przedstawicieli przedsiębiorstw, odpowiednio 72% i 62% wskazań. Znikomy odsetek odpowiedzi w kategorii utworzenie właściwego wizerunku wskazuje na przeświadczenie respondentów o poprawności obecnie obowiązującego. Na uwagę zasługuje fakt, że aż 21% indywidualnych członków OROT wskazało właśnie ta kategorię, w porównaniu do pozostałych grup respondentów odsetek ten jest bardzo duży (21%), większy nawet od wskazania rozwoju turystyki jako głównego motywu działań podejmowanych przez władze samorządowe (14%).

Tabela 6. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jaki jest główny motyw działań władz samorządowych ukierunkowanych na poprawę wizerunku regionu? Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149)

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Rozwój turystyki	13	18%	5	38%	10	28%	4	14%
Zwiększenie liczby miejsc pracy	3	4%	2	16%	2	5%	2	7%
Zapewnienie konkurencyjności regionu	51	72%	5	38%	22	62%	17	58%
Utworzenie właściwego wizerunku	4	6%	1	8%	2	5%	6	21%
Łącznie	71	100%	13	100%	36	100%	29	100%

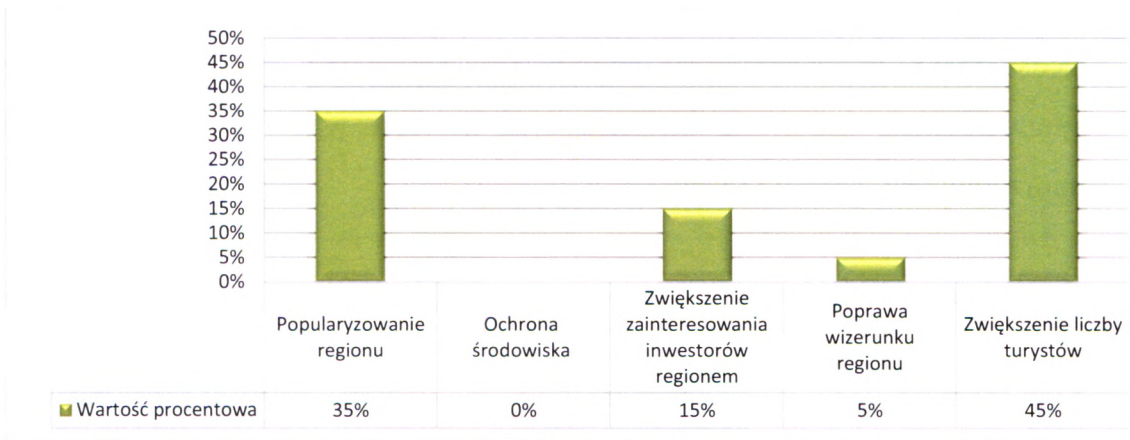
Źródło: Badanie własne.

„Od kilku lat na terenie województwa Opolskiego realizowanych jest szereg projektów, między innymi zagospodarowanie przestrzeni regionu, działalność ta ma na celu podnieść atrakcyjność miast nie tylko w oczach mieszkańców, ale także turystów. Wyróżnić można między innymi takie projekty jak: Regionalny Program Operacyjny Województwa Opolskiego 2007-2013, tutaj warto wspomnieć o projekcie dotyczącym „Promocji zasobów turystycznych Opolszczyzny poprzez utworzenie i wyposażenie Opolskiego Centrum Informacji Turystycznej” – projekt ten generalnie rzecz ujmując polegał na dostarczaniu informacji turystom. Ponadto realizowano także: Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich 2007-2013, Program Operacyjny Współpracy Transgranicznej Republika Czeska-Rzeczpospolita Polska 2007 – 2013”.

(IDI)

Największe korzyści dla regionu w związku z realizowaną strategią regionu w zakresie turystyki to według respondentów przede wszystkim zwiększenie liczby turystów (45%) oraz popularyzowanie regionu odpowiednio 45% i 35% wskazań. Warto również zwrócić uwagę na taki aspekt jak zwiększenie zainteresowania inwestorów regionem, który uzyskał 15% wskazań ogółu respondentów. Pozyskiwanie nowych inwestorów napędza nie tylko rozwój gospodarczy regionu. Główne kierunki rozwoju gmin w związku z realizacją strategii to zdecydowanie turystyka w oparciu o walory kulturowe według wszystkich respondentów, następnie wskazywano na turystykę opartą o walory uzdrowiskowe, oraz Spa & wellness 89% wskazań. Wyniki szczegółowe przedstawione są na wykresach i w tabelach.

Wykres 9. Największe korzyści dla regionu w związku z realizowaną strategią rozwoju regionu w zakresie turystyki. Dane w %

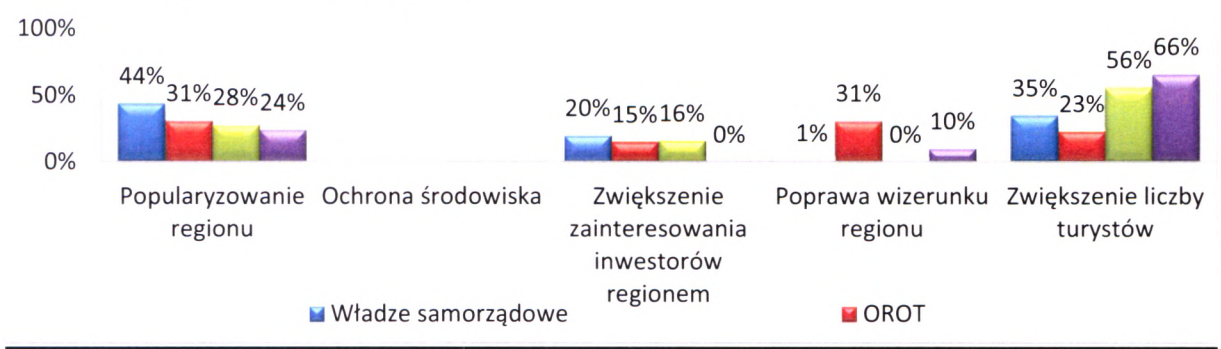


Źródło: Badanie własne.

Co ciekawe według respondentów korzyścią płynącą z realizacji strategii w zakresie rozwoju turystyki nie jest ochrona środowiska, co wskazywać by mogło, że według respondentów zdecydowanie położono w strategii nacisk na rozwój gospodarczy w zakresie turystyki. Kwestia ta niewątpliwie jest dość interesującą i zasługuje na głębsze zbadanie. Wydaje się jednak, że postulat ochrony środowiska w regionie na poziomie samorządowym jest realizowany, jednak w oparciu o inne dokumenty i mechanizmy zarządzania regionem, jednak nie jest bezpośrednio artykułowany w strategii rozwoju turystyki w regionie.

W poszczególnych grupach respondentów odpowiedzi na to samo pytanie przedstawiają się równie ciekawie. Prezentuje je wykres 10 i tabela 8.

Wykres 10. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jaką największą korzyści niosą ze sobą strategie regionu w zakresie turystyki? Dane w procentach (N=149)



Źródło: Badanie własne.

Zwiększenie liczby turystów to największa korzyść płynąca z realizacji strategii rozwoju w zakresie turystyki według indywidualnych członków OROT oraz przedstawicieli przedsiębiorstw, odpowiednio 66% i 56% wskazań. Popularyzowanie regionu jest największą korzyścią w tym zakresie w opinii przedstawicieli władz samorządowych, 44% wskazań.

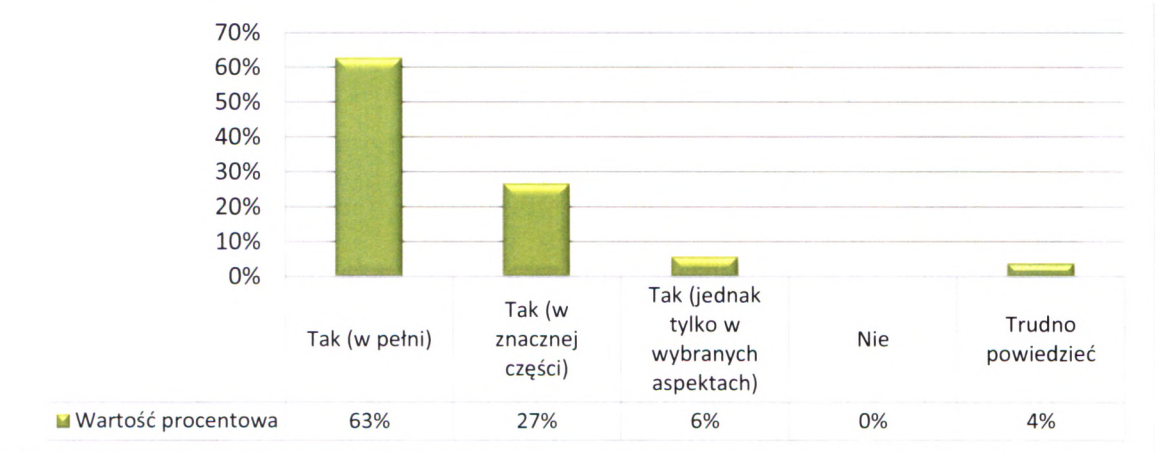
Tabela 7. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jaką największą korzyść niosą ze sobą strategie rozwoju regionu w zakresie turystyki? Dane w % oraz w liczbach (N=149)

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Popularyzowanie regionu	31	44%	4	31%	10	28%	7	24%
Ochrona środowiska	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Zwiększenie zainteresowania inwestorów regionem	14	20%	2	15%	6	16%	0	0%
Poprawa wizerunku regionu	1	1%	4	31%	0	0%	3	10%
Zwiększenie liczby turystów	25	35%	3	23%	20	56%	19	66%
Łącznie	71	100%	13	100%	36	100%	29	100%

Źródło: Badanie własne.

Przyjrzyjmy się teraz kwestiom komplementarności strategii rozwoju gmin w kwestii rozwoju turystyki ze strategią wojewódzką w zakresie konstruowania polityki turystycznej regionu. Jak już wcześniej wspomniano elementy tych obu dokumentów w zakresie rozwoju turystyki są tylko według 63% respondentów w pełni ze sobą kompatybilne. Z kolei w znacznej części są kompatybilne według 27% ogółu respondentów. Wykres 11 prezentuje szczegółowy rozkład odpowiedzi na pytanie o tą komplementarność.

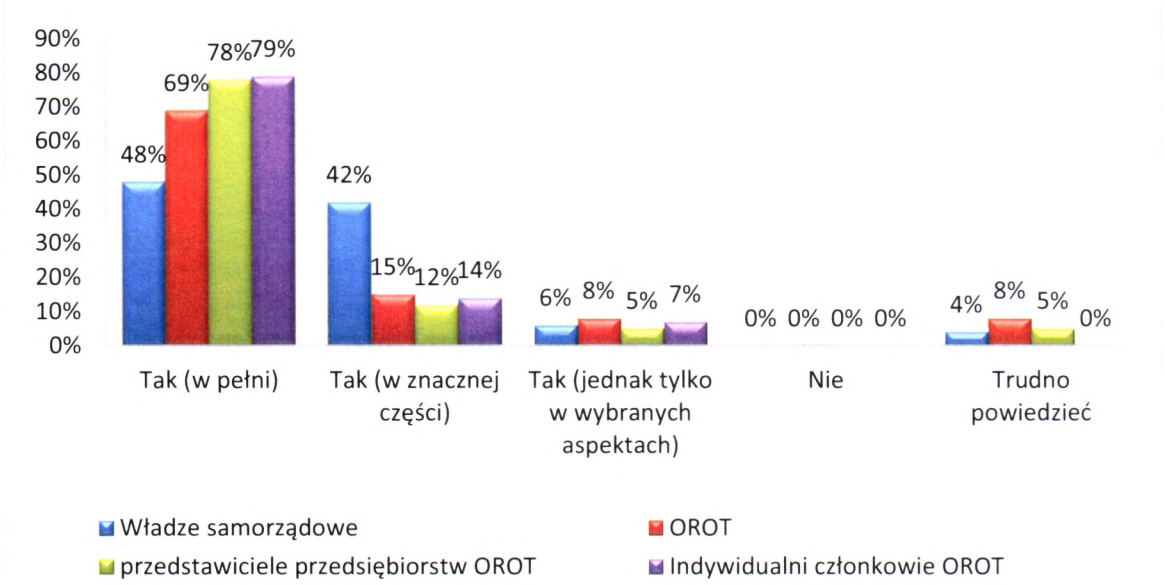
Wykres 11. Komplementarność strategii rozwoju gmin w zakresie turystyki ze strategią wojewódzką w zakresie konstruowania polityki turystycznej. Dane w %



Źródło: Badanie własne.

Zobaczmy teraz jak kwestie kompatybilności przedstawiają się w ujęciu poszczególnych grup badanych. Największy odsetek wskazań odpowiedzi, że dokumenty o których mowa są w pełni z sobą kompatybilne znalazł odzwierciedlenie w odpowiedziach wśród indywidualnych członków OROT oraz wśród przedstawicieli przedsiębiorstw, odpowiednio 79% i 78% wskazań. Również wysoki odsetek tej odpowiedzi obserwujemy w grupie stowarzyszeń OROT, jest 69% wskazań. Co ciekawe niespełna połowa respondentów w grupie przedstawicieli władz samorządowych wskazała na całkowita komplementarność, a na częściową nieco ponad 40% z tej grupy respondentów. Szczegółowe dane przedstawia wykres 12 i tabela 9.

Wykres 12. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Czy lokalne strategie rozwoju gmin w zakresie turystyki są komplementarne ze strategią wojewódzką w zakresie konstruowania polityki turystycznej? Dane w % (N=149)



Źródło: Badanie własne.

Tabela 8. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Czy lokalne strategie rozwoju gmin w zakresie turystyki są komplementarne ze strategią wojewódzką w zakresie konstruowania polityki turystycznej? Dane w % i liczbach osób badanych (N=149)

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Tak (w pełni)	34	48%	9	69%	28	78%	23	79%
Tak (w znacznej części)	30	42%	2	15%	4	12%	4	14%
Tak (jednak tylko w wybranych aspektach)	4	6%	1	8%	2	5%	2	7%
Nie	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Trudno powiedzieć	3	4%	1	8%	2	5%	0	0%
Łącznie	71	100%	13	100%	36	100%	29	100%

Źródło: Badanie własne.

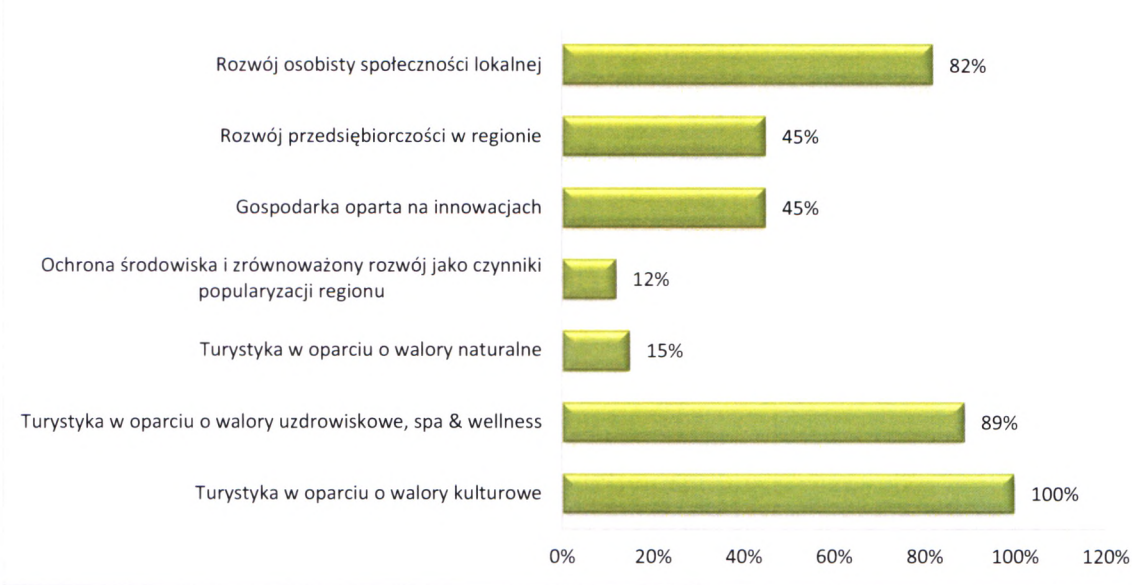
Podsumowując ten wątek należy stwierdzić, że komplementarność lokalnych strategii rozwoju gmin w zakresie turystyki z wojewódzką strategią w zakresie konstruowania polityki turystycznej odbywa się głównie poprzez zapewnienie konkurencyjności regionu oraz rozwój turystyki w regionie. Wśród najczęściej wymienianych korzyść jakie niesie za sobą strategia regionu w zakresie rozwoju turystyki było popularyzowanie regionu oraz zwiększanie się liczby turystów. Według ankietowanych głównymi kierunkami rozwoju realizowanymi przez strategie gmin jest przede wszystkim turystyka w oparciu o walory kulturowe uzdrowiskowe oraz

naturalne, jak również rozwój przedsiębiorczości w regionie i rozwój osobisty społeczności lokalnej, odpowiednio 100%, 89% i 82% wskazań. W gminach województwa opolskiego jak wynika z przeprowadzonych badań funkcjonuje kilka innych mechanizmów prawnych zarządzania rozwojem turystyki poza strategią rozwoju. Są to między innymi:

- Programy rozwoju turystycznego
- Ochrona środowiska jako zwiększanie możliwości turystycznych
- Ochrona miejsc kultu świętego i walorów antropogenicznych (kulturowych)

Komplementarna działalność wszystkich regionalnych aktorów na rzecz rozwoju turystyki w województwie opolskim jak wynika z powyższej analizy zwiększa poziom wykorzystywania naturalnych zasobów turystycznych. Spostrzeżenie to jest potwierdzeniem jednej z założonych hipotez badawczych. Potwierdzeniem tego faktu niech będzie dodatkowo prezentacja głównych kierunków rozwoju gmin w związku z realizacją strategii. Szczegółowe dane zostały przedstawiona na wykresie 13.

Wykres 13. Główne kierunki rozwoju gmin w związku z realizacją strategii. Dane w %. Dane nie sumują się do 100%



Źródło: Badanie własne

Warto również zwrócić uwagę na to, jak rozkład odpowiedzi w tej kwestii kształtował się w poszczególnych grupach respondentów. Turystyka w oparciu o

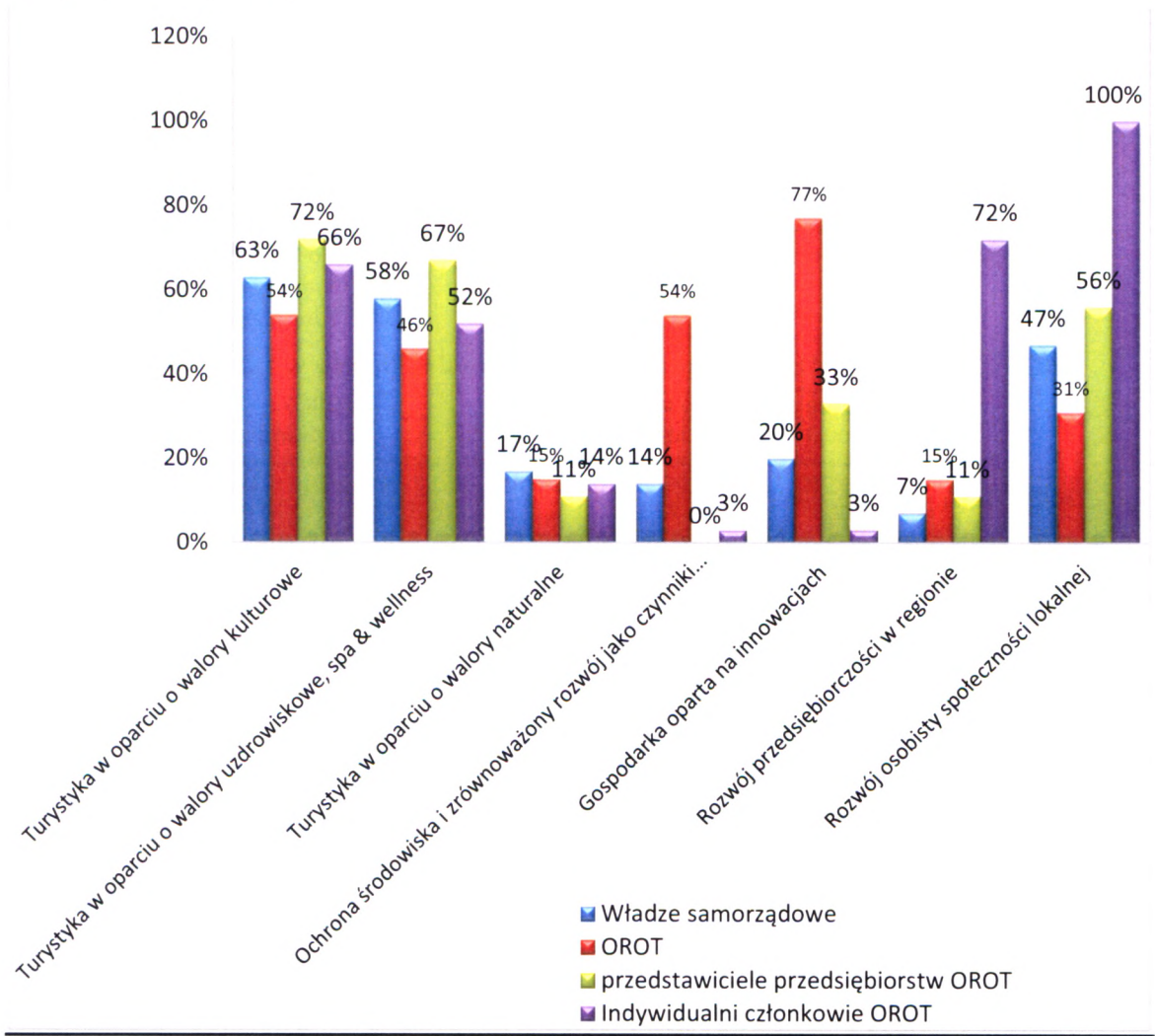
walory kulturowe to główny kierunek rozwoju gmin w związku z realizowaną strategią według 72% przedstawicieli przedsiębiorstw. Tak samo twierdzi 66% indywidualnych członków OROT oraz 63% przedstawicieli władz samorządowych. Turystyka w oparciu o walory uzdrowiskowe to główny kierunek według 67% przedstawicieli przedsiębiorstw oraz 58% przedstawicieli władz samorządowych. Co ciekawe, według 77% przedstawicieli stowarzyszeń główny kierunek rozwoju w oparciu o strategię upatruje w gospodarce opartej na innowacjach. Podobny odsetek odpowiedzi uzyskał rozwój przedsiębiorczości w regionie w grupie indywidualnych członków OROT. Dla całej tej właśnie grupy respondentów rozwój osobisty społeczności lokalnej jest również głównym kierunkiem rozwoju gmin. Szczegółowe dane w tym aspekcie przedstawione zostały na wykresie 14 oraz w tabeli 10.

Tabela 9. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jakie główne kierunki realizowane są przez strategię rozwoju gmin w zakresie turystyki? Dane w % i liczbach osób badanych (N=149)

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Turystyka w oparciu o walory kulturowe	45	63%	7	54%	26	72%	19	66%
Turystyka w oparciu o walory uzdrowiskowe, spa & wellness	41	58%	6	46%	24	67%	15	52%
Turystyka w oparciu o walory naturalne	12	17%	2	15%	4	11%	4	14%
Ochrona środowiska i zrównoważony rozwój jako czynniki popularyzacji regionu	10	14%	7	54%	0	0%	1	3%
Gospodarka oparta na innowacjach	14	20%	10	77%	12	33%	1	3%
Rozwój przedsiębiorczości w regionie	5	7%	2	15%	4	11%	21	72%
Rozwój osobisty społeczności lokalnej	33	47%	4	31%	20	56%	29	100%

Źródło: Badanie własne

Wykres 14. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jakie główne kierunki rozwoju realizowane są przez strategię gminy? Dane w % (N=149)



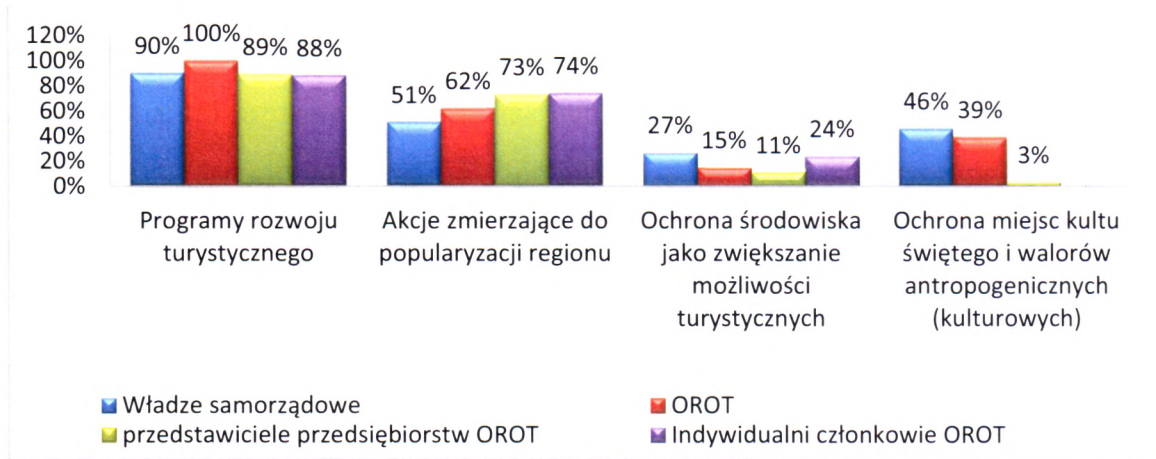
Źródło: Badanie własne.

W regionie opolskim wykorzystywane są również różne prawne mechanizmy rozwoju turystycznego, mianowicie:

- Programy rozwoju turystycznego
- Akcje zmierzające do popularyzacji regionu
- Ochrona środowiska jako zwiększanie możliwości turystycznych
- Ochrona miejsc kultu świętego i walorów antropogenicznych (kulturowych)

Wykres 15. przedstawia rozkład odpowiedzi na pytanie o mechanizmy zarządzania rozwojem turystycznym, które są wykorzystywane w regionie, w podziale na poszczególne grupy respondentów.

Wykres 15. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Które mechanizmy zarządzania rozwojem turystycznym wykorzystuje się w regionie? Dane w % (N=149). Dane nie sumują się do 100%



Źródło: Badanie własne.

Ponadto ogromną rolę w rozwoju turystyki w województwie Opolskim pełnią również stowarzyszenia, które mają duży wpływ na tworzenie programów rozwoju turystyki, zwiększanie zaangażowania społecznego, realizowanie działań ukierunkowanych na rzecz rozwoju turystyki, pozyskiwanie funduszy, przekazywanych później na cele turystyczne oraz popularyzacji ochrony środowiska i walorów regionu. Najważniejszym kierunkiem działań stowarzyszeń jest ogólny rozwój regionu poprzez kreowanie pozytywnego i atrakcyjnego wizerunku województwa na rynkach turystycznych zarówno w kraju jak i zagranicą.

Wydaje mi się, że misją turystyki Województwa Opolskiego jest działanie zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju, tego też wymaga się od przedsiębiorców. Ponadto wykorzystanie unikatowych walorów przyrodniczych, które są stymulatorami rozwoju regionu oraz poprawy życia mieszkańców.

(IDI)

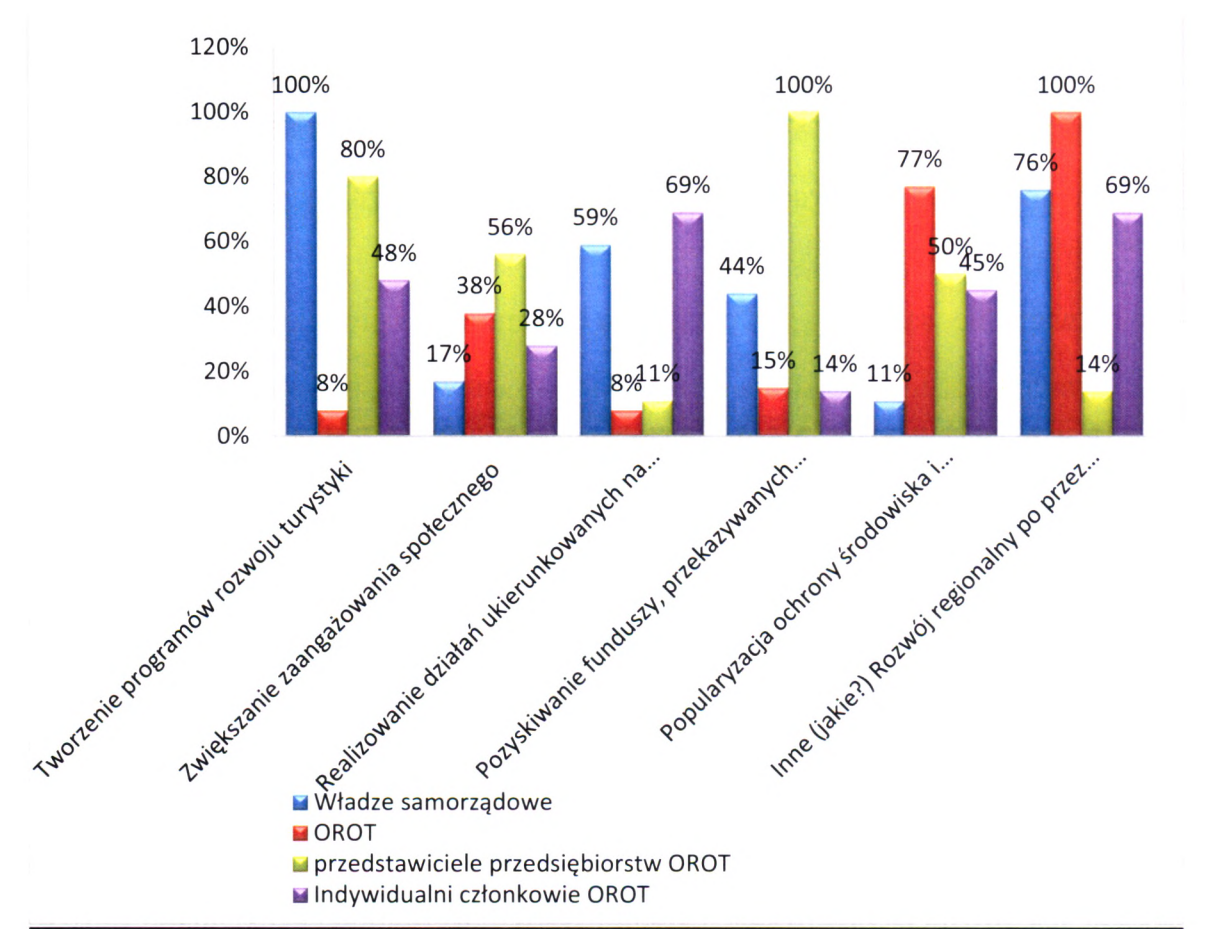
Działania prowadzone przez stowarzyszenia na rzecz rozwoju turystyki w województwie Opolskim są spójne z takimi działaniami na rzecz celów społecznych jak integracja społeczna. Czy rozwój wspólnot lokalnych. Z analizy wyników badań

wynika, że działalność stowarzyszeń, które mają na celu rozwoju turystyki w regionie odbywa się głównie poprzez:

- popularyzację atrakcji regionu,
- inicjowanie i kreowanie działań społecznych i gospodarczych na rzecz turystyki,
- inicjowanie, opiniowanie i wspomaganie planów rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej,
- stwarzanie warunków dla powstania i promowania produktów turystycznych.

Realizacja działań stowarzyszeń ukierunkowana jest przede wszystkim na ogólny rozwój regionu, warto również podkreślić, iż istotna jest również pomoc w rozwiązywaniu problemów ograniczających rozwój turystyki w regionie, jak również realizacja programów ukierunkowanych na rozwój turystyki. Aktywność stowarzyszeń w działaniach na cele społeczne w ocenie wszystkich respondentów znajduje swoje odzwierciedlenie w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie. Aktywność ta głównie skupia się na popularyzacji atrakcji regionu oraz w nieco mniejszym stopniu na stwarzaniu warunków do promowania produktów turystycznych regionu, jak również inicjowania i opiniowania oraz wspomagania planów rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej. Należy zauważyć, iż częstsza aktywność stowarzyszeń w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie opolskim zwiększa prawdopodobieństwo sukcesu w rozwoju turystyki w regionie bez względu na posiadane przez gminy naturalne zasoby turystyczne. Zdecydowana większość respondentów zadaje sobie sprawę z istnienia stowarzyszeń działających na rzecz rozwoju turystyki. Wykres 16 oraz tabela 11 prezentują rozkład częstości odpowiedzi na pytanie o rolę w działaniach na rzecz rozwoju turystyki jaką odgrywają stowarzyszenia.

Wykres 16. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jaką rolę w działaniach na rzecz rozwoju turystyki odgrywają stowarzyszenia? Dane w % (N=149). Dane nie sumują się do 100%



Źródło: Badanie własne.

Tabela 10. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jaką rolę w działaniach na rzecz rozwoju turystyki odgrywają stowarzyszenia? Dane w % i liczbach osób badanych (N=149). Wartości nie sumują się do 100%

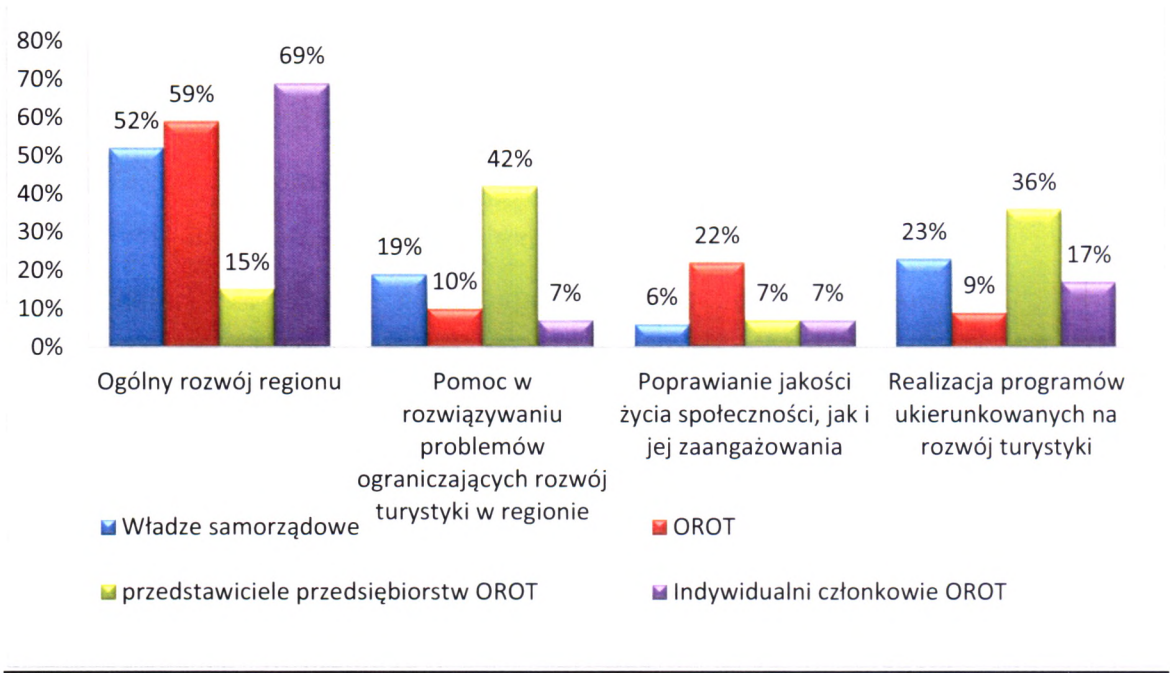
	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Tworzenie programów rozwoju turystyki	71	100%	1	8%	29	80%	14	48%
Zwiększanie zaangażowania społecznego	12	17%	5	38%	20	56%	8	28%
Realizowanie działań ukierunkowanych na rozwój turystyki	42	59%	1	8%	4	11%	20	69%
Pozyskiwanie funduszy, przekazywanych później na cele turystyczne	31	44%	2	15%	36	100%	4	14%
Popularyzacja ochrony środowiska i walorów regionu	8	11%	10	77%	18	50%	13	45%
Inne (jakie?) Rozwój regionalny po przez kreowanie pozytywnego i atrakcyjnego wizerunku na rynkach krajowych oraz zagranicznych	54	76%	13	100%	5	14%	20	69%

Źródło: Badanie własne.

Na uwagę w tym miejscu zasługują takie kategorie jak tworzenie programów rozwoju turystyki w grupie przedstawicieli władz samorządowych, pozyskiwanie funduszy przekazywanych później na cele turystyczne w grupie przedstawicieli przedsiębiorstw oraz rozwój regionalny poprzez kreowanie pozytywnego i atrakcyjnego wizerunku Opolszczyzny na rynkach krajowych oraz zagranicznych wśród przedstawicieli stowarzyszeń OROT. Te trzy kategorie uzyskały największy procent wskazań wśród większości grup badanych.

Zastanówmy się zatem jaki jest najważniejszy kierunek działania stowarzyszeń działających na rzecz rozwoju regionu. Wykres 17 prezentuje szczegółowy rozkład odpowiedzi na to właśnie zagadnienie. Według samych stowarzyszeń kierunek ich działania to głównie ogólny rozwój regionu (59% wskazań). Ta kategoria odpowiedzi uzyskała najwięcej wskazań również wśród przedstawicieli władz samorządowych oraz indywidualnych członków OROT. Podobny wysoki poziom wskazań uzyskała również kategoria: pomoc w rozwiązywaniu problemów ograniczających rozwój turystyki w regionie-42% wskazań wśród przedstawicieli przedsiębiorców. Ta sama grupa respondentów wskazała również na istotne realizację programów ukierunkowanych na rozwój turystyki. Rozkład odpowiedzi respondentów na to pytanie może sugerować, że widzą oni rolę stowarzyszeń działających na rzecz rozwoju turystyki w regionie jako rolę bardzo istotną, mającą wpływ nawet na ogólny rozwój regionu.

Wykres 17. Rozkład odpowiedzi na pytanie: Jaki jest najważniejszy kierunek działań stowarzyszeń działających w obszarze turystyki? Dane w % (N=149)



Źródło: Badanie własne.

Jeśli chodzi o kwestie integracji społecznej i rozwój wspólnot lokalnych, to według większości respondentów spośród wszystkich grup badanych znajdują one swoje odzwierciedlenie w zakresie aktywności stowarzyszeń na rzecz rozwoju turystyki w województwie opolskim. Warto dowiedzieć się również na czym dokładnie polega działalność tych stowarzyszeń. Tabela 12 i wykres 18 przedstawiają szczegółowe zestawienia tych kwestii.

Tabela 11. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Na czym polega aktywność stowarzyszeń na rzecz rozwoju turystyki w województwie? Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149). Wartości nie sumują się do 100%

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorst w OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Akcentowanie zwyczajów, wyjątkowości regionu	5	7%	0	0%	0	0%	10	34%
Zapewnianie aktywności przywracającej równowagę psychofizyczną Człowieka	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Zapewnianie aktywności ruchowej, rekreacyjnej	0	0%	4	31%	0	0%	8	28%
Zapewnianie noclegów	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Popularyzacja atrakcji regionu	49	69%	7	54%	18	52%	17	58%
Inne: inicjowanie i kreowanie działań społecznych i gospodarczych na rzecz rozwoju turystyki	20	28%	4	31%	3	8%	13	45%
Inne: inicjowanie i opiniowanie oraz wspomaganie planów rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej	36	51%	0	0%	15	42%	6	21%
Stwarzanie warunków do promowania produktów turystycznych	21	30%	3	23%	10	28%	4	14%

Źródło: Badanie własne.

Wykres 18. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Na czym polega aktywność stowarzyszeń na rzecz rozwoju turystyki w województwie? Dane w % (N=149)



Źródło: Badanie własne.

Widać wyraźnie, że popularyzacja regionu oraz stwarzanie warunków do promowania produktów turystycznych wiodą prym wśród kategorii odpowiedzi na temat działań stowarzyszeń.

W toku prowadzonych badań respondenci zostali zapytani również o zaangażowanie przedsiębiorców w rozwój turystyki. Podsumowując tę część badań należy stwierdzić, że zdecydowana większość respondentów widzi takie zaangażowanie, a w większości zgodnie wskazywali na takie kwestie jak:

- dbanie o środowisko naturalne i zasoby regionu,
- stosowanie zasady odpowiedzialnego biznesu (społeczna odpowiedzialność stanowi swego rodzaju zobowiązanie przedsiębiorstwa do ograniczania, bądź niwelowania negatywnych oddziaływań,
- podnoszenie jakości oferowanych produktów i promowanie ich na rynku zagranicznym,
- tworzenie interesującej ofertę dla turystów,
- zapewnienie bazy noclegowej, gastronomicznej, rekreacyjnej.

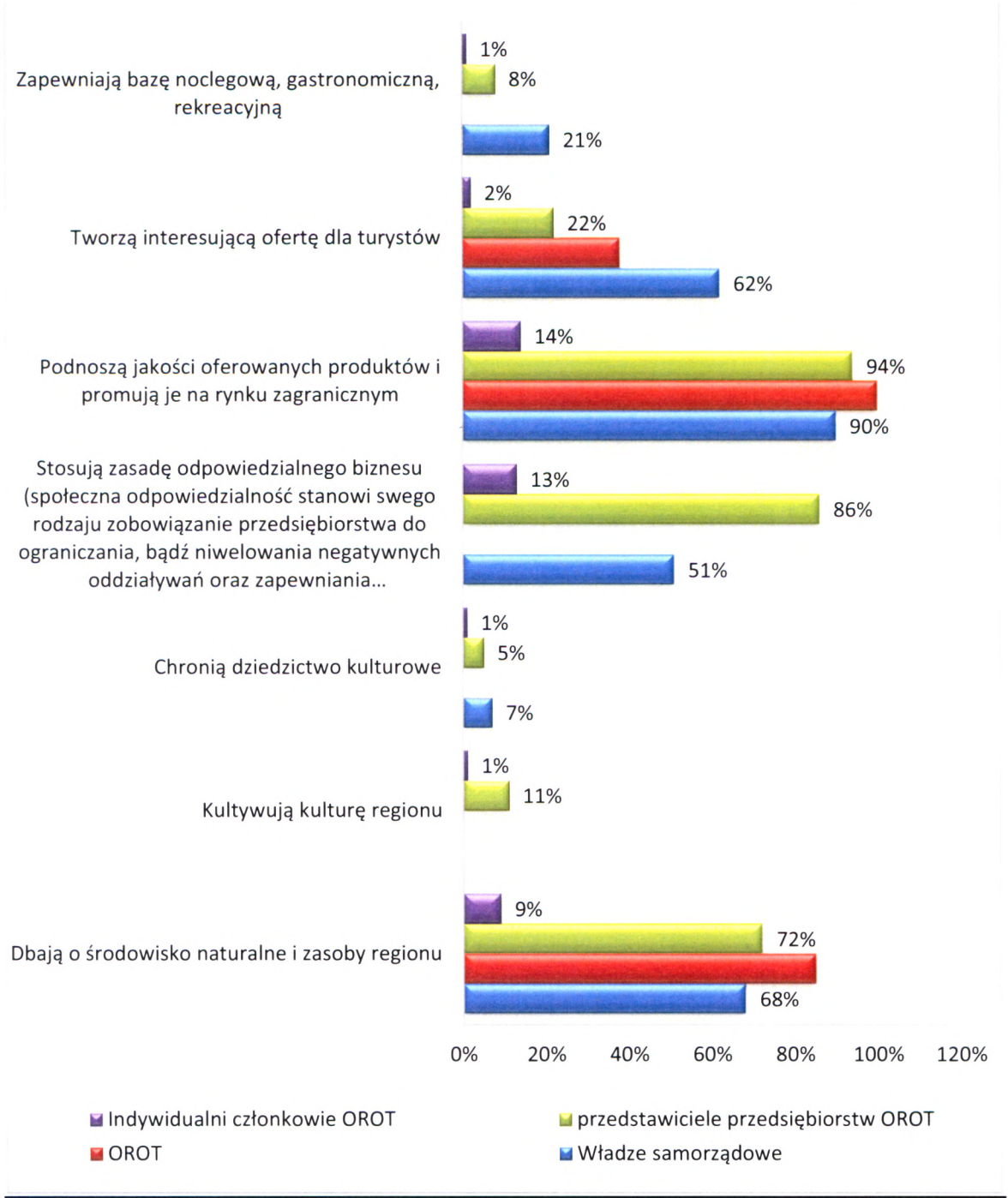
Przedsiębiorcy łączą aspekty działalności gospodarczej i działalności na rzecz rozwoju turystyki w regionie głównie poprzez popularyzację regionu i tworzenie miejsc pracy. Ponadto warto zaznaczyć, że ukierunkowanie na zrównoważony rozwój oraz inspirowanie do podejmowania działań proekologicznych i turystycznych przedsiębiorców mogłoby przyczynić się do zapewnienia rozwoju regionu. Przedsiębiorcy przejawiają potrzebę rozwoju turystyki w regionie przede wszystkim poprzez przekładanie własnych projektów i programów działania. W tym aspekcie istotny wpływ na rozwój turystyki w regionie mają wszyscy regionalni aktorzy, w tym również przedsiębiorcy, którzy według przedstawicieli tej grupy badanych w zdecydowanej większości działają na rzecz rozwoju turystyki w regionie. Szczegółowe dane na ten temat zawarte zostały w tabeli 13 i na wykresie 19.

Tabela 12. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: W jaki sposób przedsiębiorcy działają na rzecz rozwoju turystyki w regionie? Dane w % i liczbach osób badanych (N=149). Wartości nie sumują się do 100%

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Dbają o środowisko naturalne i zasoby regionu	48	68%	11	85%	26	72%	14	48%
Kultywują kulturę regionu	2		0	0%	4	11%	2	7%
Chronią dziedzictwo kulturowe	5	7%	0	0%	2	5%	1	3%
Stosują zasadę odpowiedzialnego biznesu (społeczna odpowiedzialność stanowi swego rodzaju zobowiązanie przedsiębiorstwa do ograniczania, bądź niwelowania negatywnych oddziaływań oraz zapewniania długoterminowych pozytywnych oddziaływań na społeczeństwo)	36	51%	13	100%	31	86%	19	66%
Podnoszą jakości oferowanych produktów i promują je na rynku zagranicznym	64	90%	13	100%	34	94%	21	72%
Tworzą interesującą ofertę dla turystów	44	62%	5	38%	8	22%	3	10%
Zapewniają bazę noclegową, gastronomiczną, rekreacyjną	15	21%	0	0%	3	8%	1	3%

Źródło: Badanie własne.

Wykres 19. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: W jaki sposób przedsiębiorcy działają na rzecz rozwoju turystyki w regionie? Dane w % (N=149)

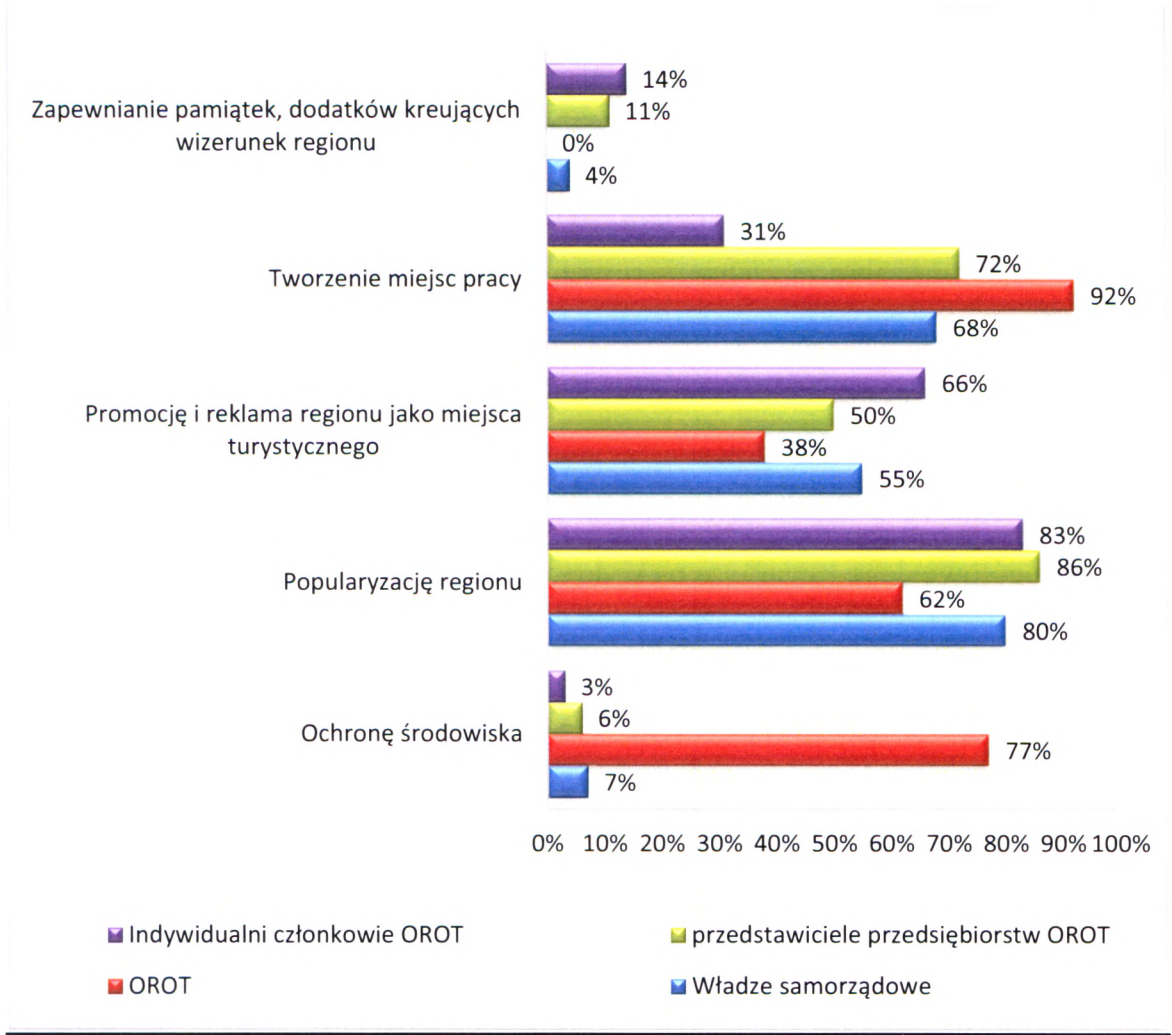


Źródło: Badanie własne.

Interesującą kwestią w tym zakresie wydają się być również działania przedsiębiorców łączące aspekty działalności gospodarczej i działalności na rzecz rozwoju turystyki w regionie. Tutaj najwięcej wskazań w grupie przedsiębiorców uzyskała popularyzacja regionu oraz tworzenie miejsc pracy. Odpowiednio 86% i 72%

wskazań. Wśród przedstawicieli stowarzyszeń aspektami łączącymi oba obszary działalności przedsiębiorstw są: tworzenie miejsc pracy oraz ochrona środowiska, a także popularyzacja regionu. Odpowiednio 92%, 77% i 62% wskazań. Wśród przedstawicieli władz samorządowych aspektami tymi są głównie popularyzacja regionu oraz tworzenie miejsc pracy. Odpowiednio 80% i 68% wskazań. Promocja i reklama regionu jako miejsca turystycznego w tej grupie respondentów uzyskała duży odsetek wskazań, bo ponad 50%. Indywidualni członkowie OROT wskazują z kolei na popularyzację regionu oraz promocję i reklamę regionu jako miejsca turystycznego. Te kategorie odpowiedzi w tej grupie badanych uzyskały odpowiednio 83% i 66% wskazań. Wykres 20 oraz tabela 14 pokazują szczegółowy rozkład odpowiedzi właśnie w tej kwestii.

Wykres 20. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Przedsiębiorcy łączą aspekty działalności gospodarczej i działalności na rzecz rozwoju turystyki w regionie poprzez: Dane w % (N=149)



Źródło: Badanie własne.

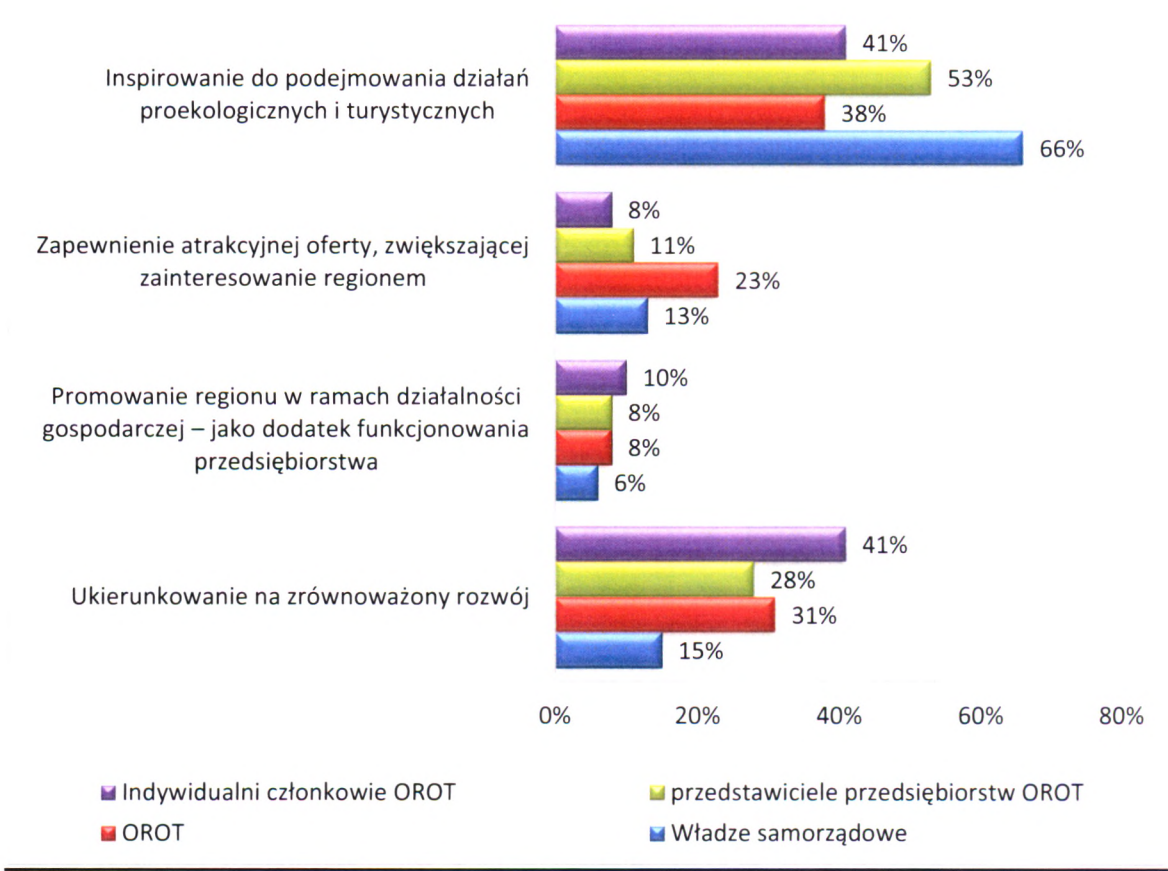
Tabela 13. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Przedsiębiorcy łączą aspekty działalności gospodarczej i działalności na rzecz rozwoju turystyki poprzez:.. Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149). Wartości nie sumują się do 100%

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Ochronę środowiska	5	7%	10	77%	2	6%	1	3%
Popularyzację regionu	57	80%	8	62%	31	86%	24	83%
Promocję i reklama regionu jako miejsca turystycznego	39	55%	5	38%	18	50%	19	66%
Tworzenie miejsc pracy	48	68%	12	92%	26	72%	9	31%
Zapewnianie pamiątek, dodatków kreujących wizerunek regionu	3	4%	0	0%	4	11%	4	14%

Źródło: Badanie własne.

Bardzo ciekawym wątkiem wydają się być również działania przedsiębiorców jakie mogłyby zostać podjęte, według badanych, dla przyczynienia się do rozwoju regionu. W grupie przedstawicieli władz samorządowych najwięcej wskazań uzyskała kategoria inspirowanie do podejmowania działań proekologicznych i turystycznych - 66% wskazań. Ta kategoria uzyskała również wysoki odsetek wskazań wśród samych przedsiębiorców oraz indywidualnych członków OROT, odpowiednio 53% i 41%. Na uwagę w tym zakresie zasługuje również kategoria ukierunkowania na zrównoważony rozwój. W grupie indywidulanych członków OROT uzyskała ona taki sam odsetek wskazań jak poprzednia kategoria. Jeśli chodzi o przedstawicieli stowarzyszeń, to inspirowanie do podejmowania działań proekologicznych i turystycznych uzyskało 38% wskazań w tej kategorii, ukierunkowanie na zrównoważony rozwój zaś 31%. Szczegółowe dane zawarte są na wykresie 21 i w tabeli 15.

Wykres 21. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jakie z działań przedsiębiorców mogłyby się jeszcze przyczynić do zapewnienia rozwoju regionu? Dane w procentach (N=149)



Źródło: Badanie własne.

Tabela 14. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jakie z działań przedsiębiorców mogłyby się dodatkowo przyczynić do zapewnienia rozwoju regionu? Dane w % i liczbach osób badanych (N=149)

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Ukierunkowanie na zrównoważony rozwój	11	15%	4	31%	10	28%	12	41%
Promowanie regionu w ramach działalności gospodarczej – jako dodatek funkcjonowania przedsiębiorstwa	4	6%	1	8%	3	8%	3	10%
Zapewnienie atrakcyjnej oferty, zwiększające zainteresowanie regionem	9	13%	3	23%	4	11%	2	8%
Inspirowanie do podejmowania działań proekologicznych i turystycznych	47	66%	5	38%	19	53%	12	41%
Łącznie	71	100%	13	100%	36	100%	29	100%

Źródło: Badanie własne.

Oczekiwania przedsiębiorców w zakresie rozwoju turystyki w regionie również wydają się być interesująca kwestią. Zdecydowana większość wszystkich respondentów upatruje ten element w przedkładaniu własnych projektów i programów działania. Często finansowanych ze środków UE. Motywacja podniesienia atrakcyjności turystycznej regionu jest tutaj bardzo istotna. Jeśli chodzi o wyżej wymienione programy i projekty, to według wszystkich badanych w grupie przedstawicieli stowarzyszeń taki sposób wyrażania swoich oczekiwań jest przez przedsiębiorców stosowany. Również indywidualni członkowie OROT oraz sami przedsiębiorcy jak i władze samorządowe widzą tą kwestię w podobny sposób. Odpowiednio ta kategoria odpowiedzi uzyskała w tych grupach 86%, 81% i 72% wskazań. Szczegółowo ten rozkład został przedstawiony w tabeli 16.

Tabela 15. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: W jaki sposób przedsiębiorcy dają wyraz swoim oczekiwaniom w zakresie rozwoju turystyki w regionie? Dane w % i liczbach osób badanych (N=149)

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Deklaracje na piśmie	3	4%	0	0%	0	0%	0	0%
Uczestnictwo w radach i spotkaniach regionalnych	16	23%	0	0%	7	19%	4	14%
Przedkładanie własnych projektów i programów działania	51	72%	13	100%	29	81%	25	86%
Inne (jakie?)	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%
Łącznie	71	100%	13	100%	36	100%	29	100%

Źródło: Badanie własne.

Swój wkład w rozwój województwa Opolskiego w zakresie turystyki ma niewątpliwie miejscowa ludność, nie mniej jednak jak wynika z przeprowadzonych badań angażuje się w tą działalność wyłącznie część społeczności. Zaangażowanie społeczności lokalnej odbywa się między innymi po przez realizację „Programu Odnowy Wsi” – program ten ma na celu włączenie mieszkańców w rozwój wsi regionu opolskiego.

„Kilkanaście lat funkcjonowania „Programu Odnowy Wsi” przyczyniło się do poprawy życia miejscowej ludności aktywni mieszkańcy sołectw tworzą obecnie stowarzyszenia, które są beneficjentami środków krajowych i unijnych, a na wsiach realizowane są ciekawe projekty wzmacniające tożsamość, życie wspólnotowe, tworzące odpowiednią infrastrukturę rozwoju i wzmacniające współpracę. Wdrażanie w życie założeń projektu przyczyniło się do większego identyfikowania się społeczeństwa z regionem, mieszkańcy chętniej angażują się w różnego rodzaju przedsięwzięcia, a życie wspólnotowe społeczności wiejskiej kwitnie”.

(IDI)

W wyniku przeprowadzonych badań wynika, że społeczność lokalna angażuje się w rozwój regionu. Dla przykładu wymienić można kilka miejsc stworzonych, bądź też odnowionych w ramach wyżej wspomnianego programu, sa to między innymi:

Dom Spotkań – Farska Stodoła w miejscowości Jełowa (gm. Łubniany), Świetlica wiejska Żyrowa (gm. Zdieszowice), Zagospodarowanie terenu rekreacyjno-sportowego we wsi Łosiów (gm. Lewin Brzeski), Dom Strażaka jako centrum kulturalno-rozrywkowe Kadłub (gm. Strzelce Opolskie), Plac rekreacyjno-sportowy Lasowice Wielkie (gm. Lasowice Wielkie), Sala Spotkań w Chudobie (gm. Lasowice Wielkie), Zagospodarowanie terenu obok remizy OSP na plac spotkań KADŁUBEK w Walcach (gm. Walce), Dom Mieszkańców we wsi Dębie (gm. Chrzastowice), Ptasi Stawek – zielone miejsce rekreacji i wypoczynku Spórok (gm. Kolonowskie), Plac spotkań nad Jeziorem Paczkowskim Kozielnio (gm. Paczków), MACIEK – Mańkowickie Centrum Informacyjno-Edukacyjno-Kulturalne Mańkowice (gm. Łambinowice), Budowa wiaty grillowej w Głębinowie (gm. Nysa).

Dużą aktywność na rzecz rozwoju turystyki wykazuje również społeczność lokalna, wśród największych korzyści wymienianych przez respondentów była rozbudowa i budowa budynków i miejsc sportowych oraz rekreacyjno-turystycznych. Poziom zaangażowania społeczności lokalnej na rzecz rozwoju turystyki w regionie według większości respondentów jest widoczny, nie mniej jednak zaangażowana jest tylko część społeczności lub aktywność ta charakteryzuje się sezonowością. Społeczność lokalna przede wszystkim jest zaangażowana w działania na rzecz realizacji programów rozwoju turystyki poprzez stosowanie instrumentów rozwoju turystyki zwiększają oni prawdopodobieństwo wystąpienia sukcesu w rozwoju turystyki w regionie. Z przeprowadzonych analiz wynika, że tworzenie regionalnej polityki turystycznej w województwie opolskim opartej o aktywność społeczności lokalnych w działaniach na rzecz rozwoju turystyki zwiększa poziom wykorzystania naturalnych zasobów turystycznych (kulturowych, przyrodniczych, społecznych) w województwie opolskim. Przyjrzyjmy się szczegółowo wynikom badań.

Na pytanie o zaangażowanie społeczności lokalnej w działania na rzecz rozwoju turystyki w swojej gminie większość respondentów potwierdziła takie zaangażowanie. Największy odsetek, bo aż 83% odpowiedzi wśród przedstawicieli przedsiębiorstw uzyskała kategoria: tak, jest to zaangażowanie sezonowe w doniesieniu do wszystkich mieszkańców danej gminy. Przedstawiciele stowarzyszeń, władz samorządowych oraz indywidualni członkowie OROT wskazują zgodnie, że

zaangażowanie społeczności lokalnej dotyczy tylko części tej społeczności. Było to odpowiednio 45%, 62% i 59% wskazań. Szczegółowe dane w tej kwestii przedstawione zostały w tabeli 17.

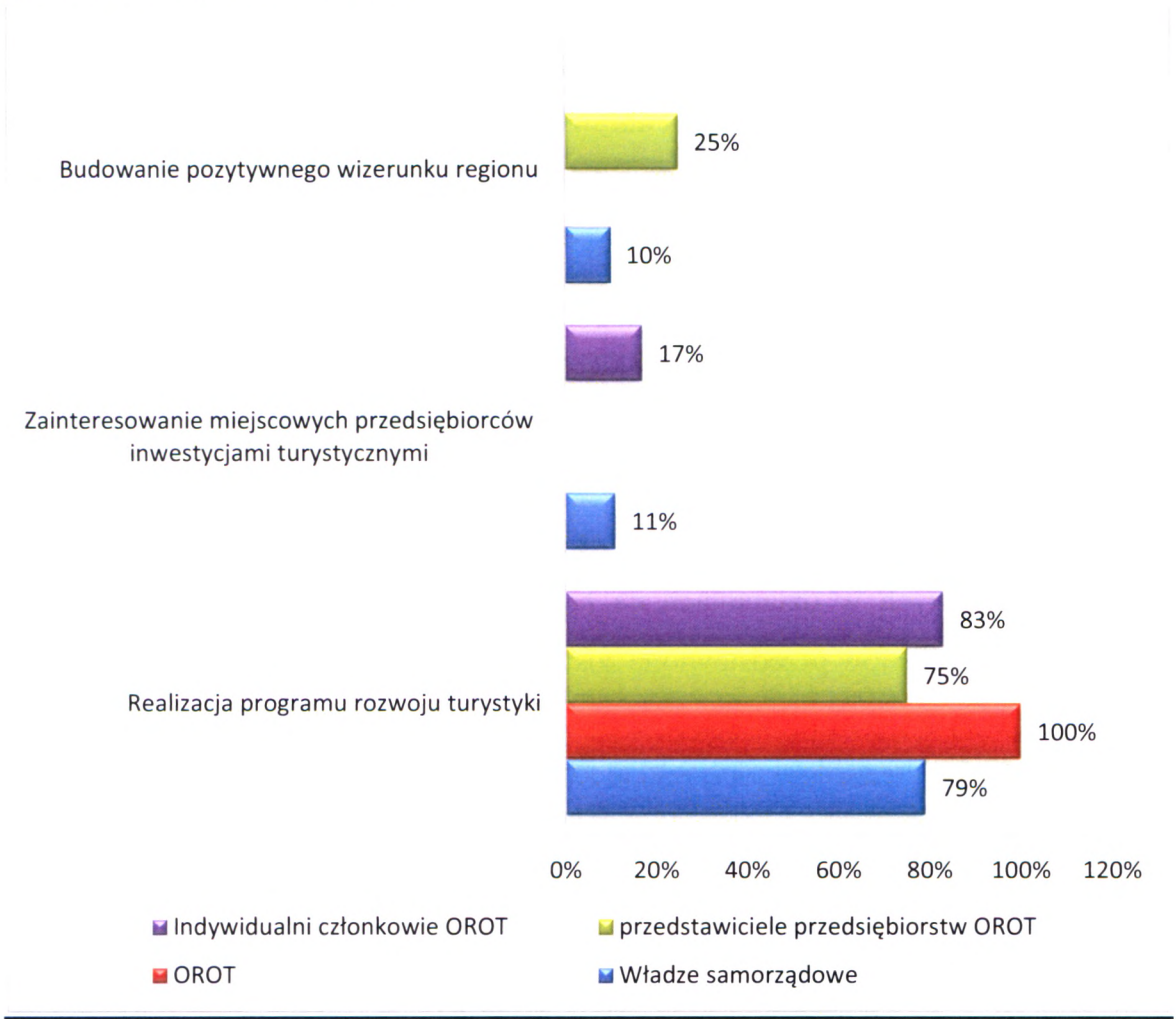
Tabela 16. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Czy społeczność lokalna (mieszkańcy danej gminy) jest zaangażowana w działania na rzecz rozwoju turystyki w swojej gminie? Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149)

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Tak (jest to zaangażowanie stałe)	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Tak (jest to zaangażowanie sezonowe)	20	28%	5	37%	30	83%	12	41%
Tak (jest to zaangażowanie sporadyczne)	7	10%	1	8%	0	0%	0	0%
Angażuje się wyłącznie część społeczności	44	62%	6	45%	1	3%	17	59%
Nie (przejdź do pyt. 17)	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Trudno powiedzieć	0	0%	0	0%	5	14%	0	0%
Łącznie	71	100%	13	100%	36	100%	29	100%

Źródło: Badanie własne.

Jeśli chodzi o typ działań w jaki angażuje się społeczność lokalna, to w zdecydowanej większości przypadków według każdej z grup respondentów jest to realizacja programu rozwoju turystyki, poprzez angażowanie się w projekty turystyczne. Właśnie tą kategorię wskazali wszyscy przedstawiciele stowarzyszeń, 75% przedstawicieli przedsiębiorców, odpowiednio 83% i 79% indywidualnych członków OROT oraz przedstawiciele władz samorządowych. Szczegółowy rozkład został zaprezentowany na wykresie 22 i w tabeli 18.

Wykres 22. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: W jaki typ działań społeczność lokalna jest zaangażowana w swojej gminie najbardziej? Dane w % (N=149)



Źródło: Badanie własne.

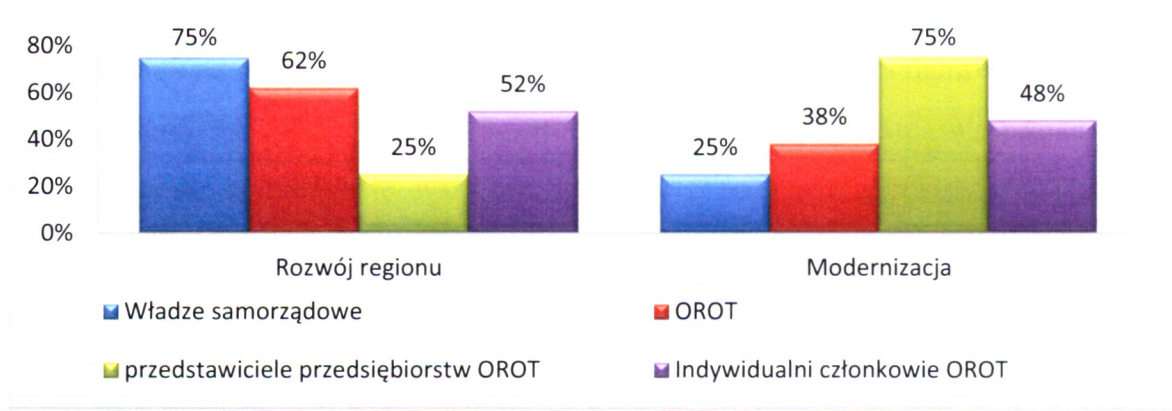
Tabela 17. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: W jaki typ działań społeczność lokalna jest zaangażowana w swojej gminie najbardziej? Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149)

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Realizacja programu rozwoju turystyki	56	79%	13	100%	27	75%	24	83%
Wykorzystanie zasobów potencjału ludzkiego (wiedzy, umiejętności, energii)	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Zainteresowanie miejscowych przedsiębiorców inwestycjami turystycznymi	8	11%	0	0%	0	0%	5	17%
Budowanie pozytywnego wizerunku regionu	7	10%	0	0%	9	25%	0	0%
Inspirowanie do działań turystycznych	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Łącznie	71	100%	13	100 %	36	100%	29	100%

Źródło: Badanie własne.

Reasumując powyższe wyniki badań należy również zbadać czy aktywność społeczności lokalnych w rozwój turystyki w regionie, jest aktywnością która przynosi wymierne korzyści. Dlatego też podczas zbierania materiału badawczego zapytano respondentów czy deklarowana aktywność, władz samorządowych, stowarzyszeń oraz ludności i przedsiębiorców regionalnych przekłada się na działania na rzecz rozwoju turystyki w województwie. Co ciekawe większość respondentów zgodnie potwierdzała, że aktywność społeczności lokalnych przekłada się na rozwój turystyki w regionie. Aktywność władz samorządowych przekłada się na wymierne korzyści na rzecz rozwoju nie tylko turystyki ale samego regionu, głównie po przez modernizację, budowę i rozbudowę infrastruktury turystycznej i produktów turystycznych. Szczegółowe dane w zakresie korzyści wynikających z aktywności władz samorządowych w działaniach na rzecz rozwoju turystyki według poszczególnych grup respondentów przedstawione zostały na wykresie 23 i w tabeli 19.

Wykres 23. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Korzyści wynikające z deklarowanej aktywności władz samorządowych w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie. Dane w % (N=149)

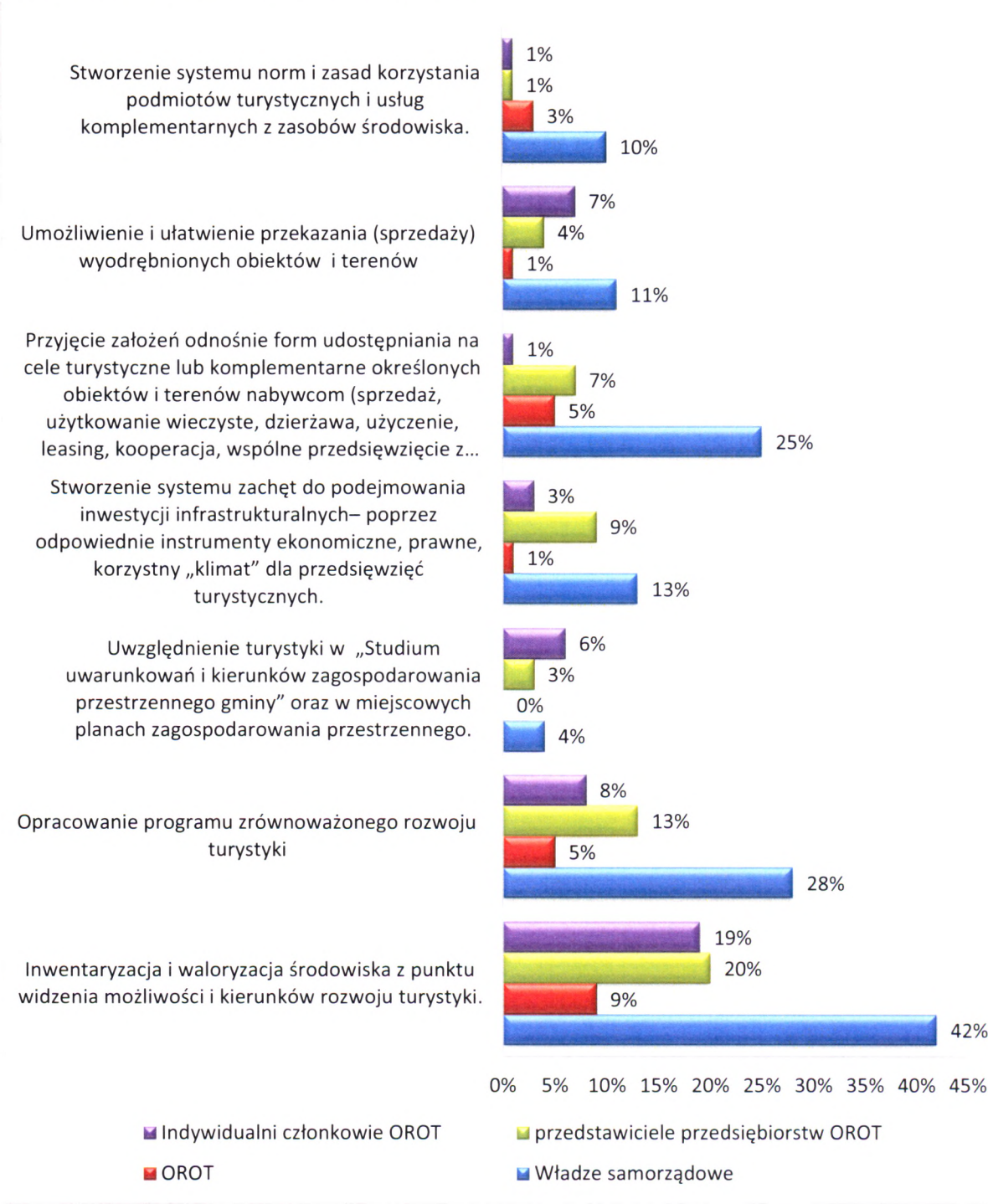


Źródło: Badanie własne.

Rozkład odpowiedzi z tabeli 19 wskazuje, że wszystkie grupy respondentów z wyjątkiem przedstawicieli przedsiębiorstw widzą w działaniach władz samorządowych na rzecz rozwoju turystyki szansę rozwoju regionu, a nie tylko modernizowania jednej gałęzi aktywności lokalnej jaka w tym przypadku jest turystyka.

Aktywność władz samorządowych w kontekście rozwoju turystyki w gminach w opinii respondentów skupiona jest głównie na inwentaryzacji i waloryzacji środowiska z punktu widzenia możliwości i kierunków rozwoju turystyki. Ponadto wiele działań związanych jest z przyjęciem założeń odnośnie form udostępniania na cele turystyczne określonych obiektów i terenów nabywcom (sprzedaż, użytkowanie wieczyste, dzierżawa, użyczenie, leasing, kooperacja, wspólne przedsięwzięcie z lokalnymi samorządami) oraz opracowywaniem programów zrównoważonego rozwoju. Szczegółowe dane w tym zakresie prezentuje wykres 24 i tabela 19.

Wykres 24. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jak wygląda aktywność władz samorządowych w kontekście rozwoju turystyki w gminach? Dane w % (N=149)



Źródło: Badanie własne.

Tabela 18. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jak wygląda aktywność władz samorządowych w kontekście rozwoju turystyki w gminach? Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149). Wartości nie sumują się do 100%

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Inwentaryzacja i waloryzacja środowiska z punktu widzenia możliwości i kierunków rozwoju turystyki.	62	87%	13	100%	30	83%	28	96%
Opracowanie programu zrównoważonego rozwoju turystyki	41	58%	8	62%	19	53%	12	41%
Uwzględnienie turystyki w „Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego gminy” oraz w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego.	6	8%	0	0%	5	14%	9	31%
Stworzenie systemu zachęt do podejmowania inwestycji infrastrukturalnych– poprzez odpowiednie instrumenty ekonomiczne, prawne, korzystny „klimat” dla przedsięwzięć turystycznych.	19	27%	2	15%	13	36%	4	14%
Przyjęcie założeń odnośnie form udostępniania na cele turystyczne lub komplementarne określonych obiektów i terenów nabywcom (sprzedaż, użytkowanie wieczyste, dzierżawa, użyczenie, leasing, kooperacja, wspólne przedsięwzięcie z lokalnymi samorządami)	38	54%	7	54%	10	28%	2	7%
Umożliwienie i ułatwienie przekazania (sprzedaży) wyodrębnionych obiektów i terenów	17	24%	2	15%	6	17%	11	38%
Stworzenie systemu norm i zasad korzystania podmiotów turystycznych i usług komplementarnych z zasobów środowiska.	15	21%	5	38%	1	3%	2	7%

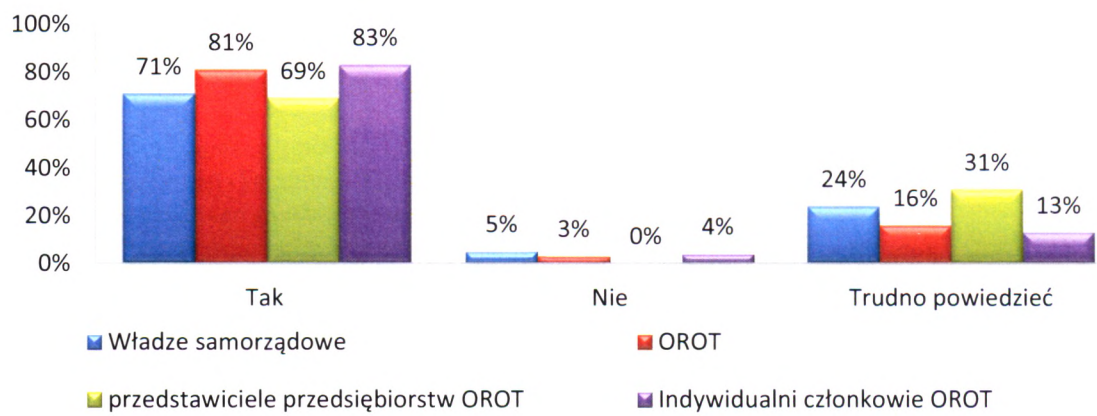
Źródło: Badanie własne.

Aktywność władz samorządowych w przedmiotowym zakresie jest przez respondentów upatrywana przede wszystkim w inwentaryzacji i waloryzacji środowiska z punktu widzenia możliwości i kierunków rozwoju turystyki. Ta kategoria otrzymała wskazania wszystkich przedstawicieli stowarzyszeń, 96% wskazań indywidualnych członków OROT, 87% przedstawicieli władz samorządowych oraz 83% przedstawicieli przedsiębiorstw. Na uwagę zasługuje również w tym kontekście opracowywanie programów zrównoważonego rozwoju turystyki, a także przyjmowanie założeń odnośnie form udostępniania na cele turystyczne lub komplementarne określonych obiektów i terenów nabywcom

(sprzedaż, użytkowanie wieczyste, dzierżawa, użyczenie, leasing, kooperacja, wspólne przedsięwzięcie z lokalnymi samorządami).

Aktywność stowarzyszeń i organizacji turystycznych jak wynika z przeprowadzonych badań jest dość istotna i przynosi ważne i wymierne efekty dla rozwoju turystyki w regionie, a co za tym idzie i całego regionu. Wśród najczęściej wymienianych korzyści respondenci wskazywali na pozyskiwanie funduszy unijnych na rzecz rozwoju turystyki, które niewątpliwie także przekładają się na rozwój województwa opolskiego.

Wykres 25. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Czy deklarowana aktywność stowarzyszeń w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie jest aktywnością przynoszącą określone korzyści? Dane w procentach (N=149)



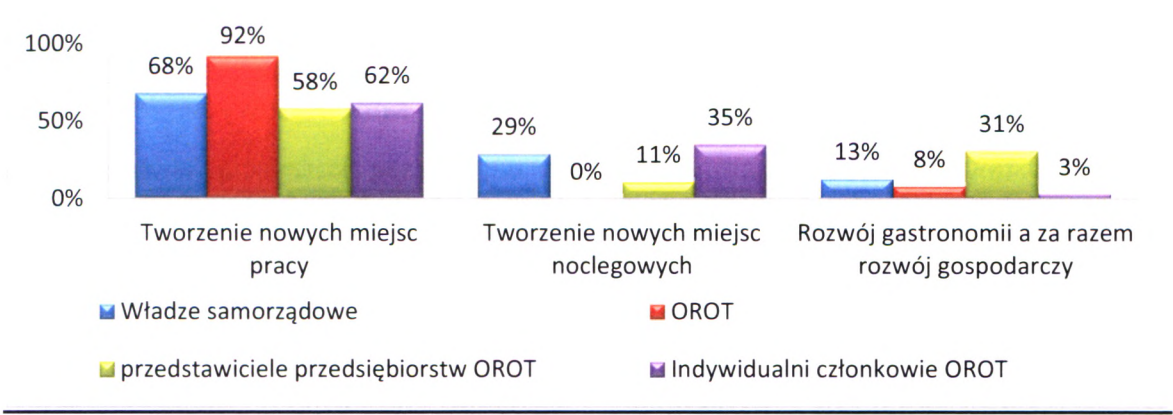
Źródło: Badanie własne.

Jeśli chodzi o kwestie aktywności społeczności lokalnej to należy zauważyć, że aktywność mieszkańców gmin znajduje swój wyraz głównie poprzez angażowanie się w działania stowarzyszeń działających na rzecz rozwoju turystyki. Inne przykłady aktywności społeczności lokalnej w tym zakresie wskazywane przez respondentów, to przede wszystkim lokalny rozwój życia społecznego oraz praca zawodowa między innymi przy projektach budowy lub modernizacji infrastruktury turystycznej, a także propagowanie turystycznych walorów Opolszczyzny.

Aktywność przedsiębiorców również przynosi według badanych wymierne korzyści, wśród nich należy wymienić tworzenie nowych miejsc noclegowych, ponadto rozwijająca się gastronomia przyczynia się do rozwoju gospodarczego

regionu. Najważniejszymi korzyściami dla miejscowej ludności i gospodarki w rozwoju regionu i rozwoju infrastruktury turystycznej jest tworzenie nowych miejsc pracy. Szczegółowe dane w tym zakresie zaprezentowane zostały na wykresie 26 oraz w tabeli 20.

Wykres 26. Korzyści wynikające z deklarowanej aktywności przedsiębiorstw w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie. Dane w % (N=149)



Źródło: Badanie własne.

Tabela 19. Korzyści wynikające z deklarowanej aktywności przedsiębiorstw w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie. Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149)

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Tworzenie nowych miejsc pracy	48	68%	12	92%	21	58%	18	62%
Tworzenie nowych miejsc noclegowych	14	29%	0	0%	4	11%	10	35%
Rozwój gastronomii a za razem rozwój gospodarczy	9	13%	1	8%	11	31%	1	3%
Łącznie	71	100%	13	100%	36	100%	29	100%

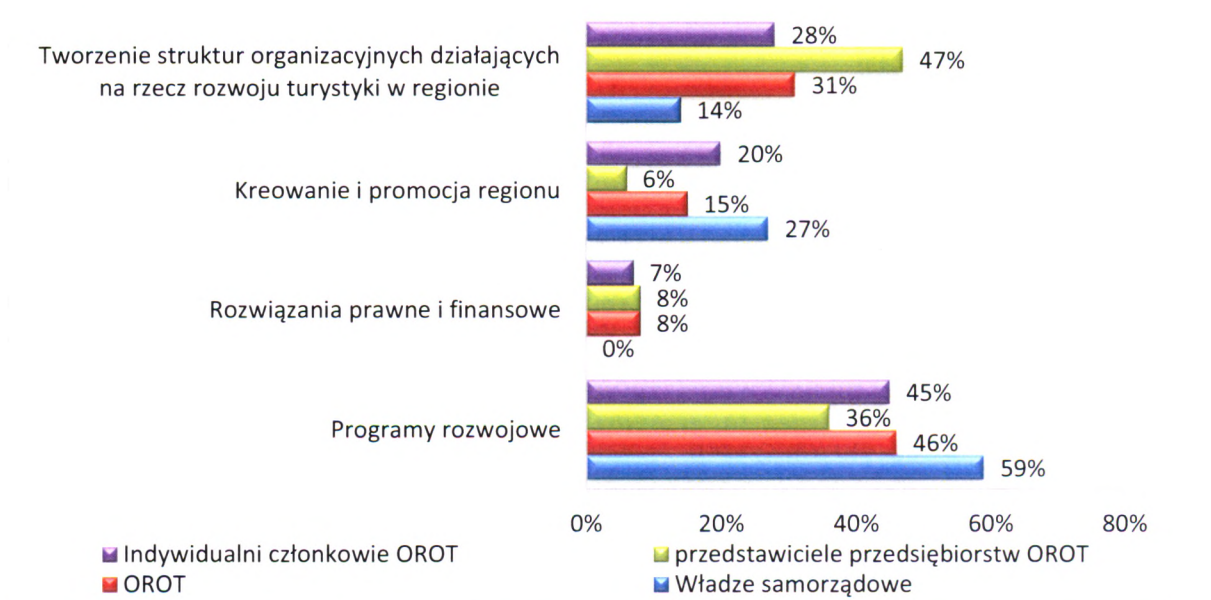
Źródło: Badanie własne.

Aktywność każdego z regionalnych aktorów ma istotny wpływ na podejmowanie działań na rzecz rozwoju turystyki. Według przeprowadzonych badań w województwie opolskim aktywność społeczności lokalnych, władz samorządowych, przedsiębiorstw oraz stowarzyszeń warunkują rozwój regionu pod względem turystycznym. Każdy z powyższych podmiotów wykonuje szereg działań przynoszących wymierne korzyści. Podsumowując można stwierdzić, że poszczególni aktorzy skupieni są na szczególnych zadaniach i aktywnościach w konkretnych

obszarach. Władze samorządowe skupiają się głównie na programach rozwojowych i tworzeniu struktur organizacyjnych działających na rzecz rozwoju turystyki w regionie. Przedsiębiorstwa tworzą miejsca pracy i infrastrukturę turystyczną, działają również na rzecz promocji produktów lokalnych oraz wspierają życie kulturalne, sportowe i turystyczne. Stowarzyszenia z kolei pozyskują fundusze, publikują artykuły związane z rozwiązaniami i propagowaniem turystyki, organizują imprezy, tworzą wystawy i promują turystykę w regionie.

Szczegółowo na uwagę zasługują wskazania respondentów na korzyści wynikające z deklarowanej aktywności władz samorządowych. W grupie samych przedstawicieli władz samorządowych największą korzyścią w tym zakresie jest kreowanie i promocja regionu – 27% wskazań w tej grupie. Tworzenie struktur organizacyjnych działających na rzecz rozwoju turystyki w regionie wskazała w grupie przedstawicieli przedsiębiorstw blisko połowa badanych. Najwięcej wskazań uzyskały programy rozwojowe, zarówno w grupie przedstawicieli władz samorządowych, jak i stowarzyszeń oraz indywidualnych członków OROT. Są to odpowiednio wskazania na poziomie 59%, 46% i 45%. Szczegółowy rozkład odpowiedzi prezentuje wykres 27 i tabela 21.

Wykres 27. Korzyści wynikające z deklarowanej aktywności władz samorządowych w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie. Dane w % (N=145)



Źródło: Badanie własne.

Tabela 20. Korzyści wynikające z deklarowanej aktywności władz samorządowych w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie. Dane w % i w liczbie osób badanych (N=149)

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorst w OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Programy rozwojowe	42	59%	6	46%	13	36%	13	45%
Rozwiązania prawne i finansowe	0	0%	1	8%	3	8%	2	7%
Kreowanie i promocje regionu	19	27%	2	15%	2	6%	6	20%
Tworzenie struktur organizacyjnych działających na rzecz rozwoju turystyki w regionie	10	14%	4	31%	17	47%	8	28%
Łącznie	71	100%	13	100%	36	100%	29	100%

Źródło: Badanie własne.

Jeśli chodzi o korzyści z działalności przedsiębiorstw, to na uwagę we wszystkich grupach respondentów zasługuje promocja produktów lokalnych oraz tworzenie infrastruktury turystycznej. Pierwsza kategoria w grupie indywidualnych członków OROT, przedstawicieli stowarzyszeń oraz przedstawicieli władz samorządowych uzyskała po około 30% wskazań. Druga zaś w grupie przedstawicieli przedsiębiorstw blisko połowę wskazań, a w grupie indywidualnych członków OROT nieco ponad 40%. Szczegółowe dane zaprezentowane zostały na wykresie 28 i w tabeli 22.

Wykres 28: Korzyści wynikające z deklarowanej aktywności przedsiębiorstw w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie. Dane w % (N=78)



Źródło: Badanie własne.

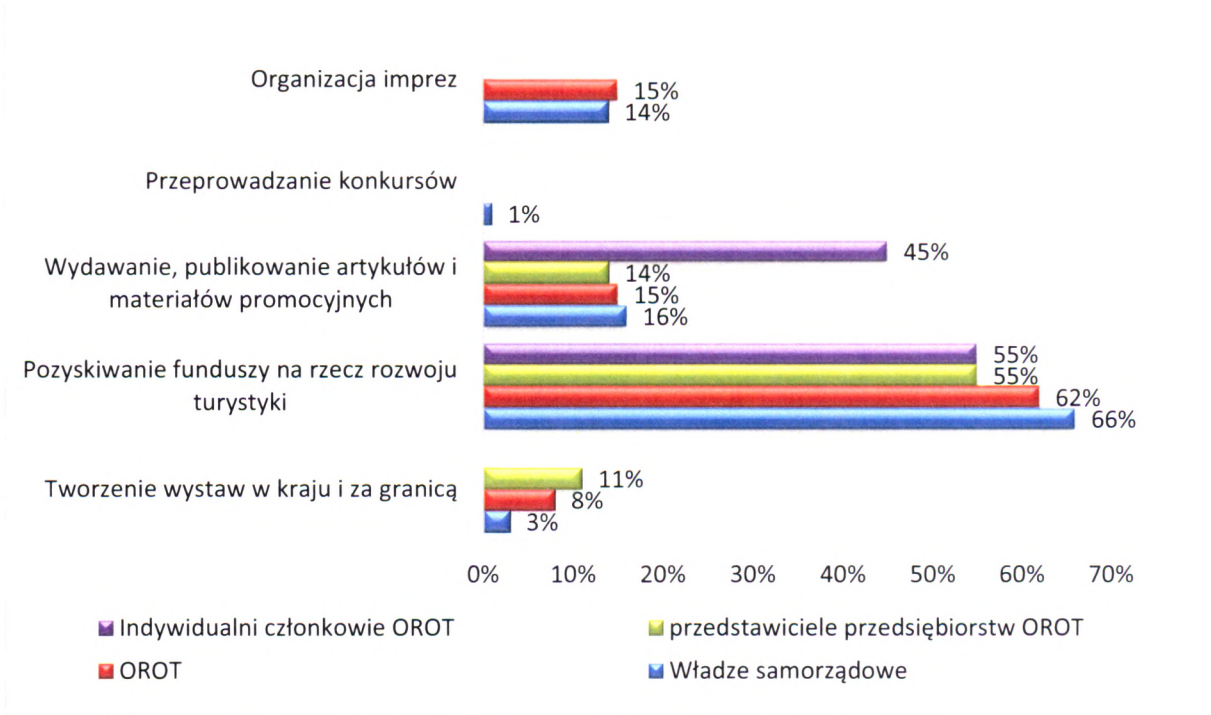
Tabela 21. Korzyści wynikające z deklarowanej aktywności przedsiębiorstw w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie. Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149)

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Tworzenie miejsc budynków itp. użytku turystów	4	6%	2	15%	17	47%	12	41%
Promocja produktów lokalnych	19	27%	4	31%	6	17%	8	28%
Wspieranie życia kulturalnego, sportowego, turystycznego przez sponsorowanie	0	0%	0	0%	0	0%	6	21%
Łącznie	71	100%	13	100%	36	100%	29	100%

Zródło: Badanie własne.

Jeśli chodzi o działalność stowarzyszeń to tutaj korzyści są przez respondentów upatrywane głównie w pozyskiwaniu funduszy na rzecz rozwoju turystyki, a także, według indywidualnych członków OROT, w wydawaniu i publikowaniu artykułów i materiałów promocyjnych. Pierwsza z wymienionych kategorii uzyskała wskazania ponad połowy respondentów w każdej z grup badanych. Druga kategoria natomiast najwięcej wskazań uzyskała właśnie w wymienionej grupie badanych, było to 45% wskazań. Szczegółowy rozkład odpowiedzi został zaprezentowany na wykresie 29 i w tabeli 23.

Wykres 29. Korzyści wynikające z deklarowanej aktywności stowarzyszeń w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie. Dane w procentach (N=78)



Źródło: Badanie własne.

Tabela 22. Korzyści wynikające z deklarowanej aktywności stowarzyszeń w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie. Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149)

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Tworzenie wystaw w kraju i za granicą	2	3%	1	8%	4	11%	0	0%
Pozyskiwanie funduszy na rzecz rozwoju turystyki	47	66%	8	62%	20	55%	16	55%
Wydawanie, publikowanie artykułów itp. związanych z rozwiązaniami i propagowanie turystyki	11	16%	2	15%	5	14%	13	45%
Przeprowadzanie konkursów	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%
Organizacja imprez	10	14%	2	15%	0	0%	0	0%
Łącznie	71	100%	13	100%	36	100%	29	100%

Źródło: Badanie własne.

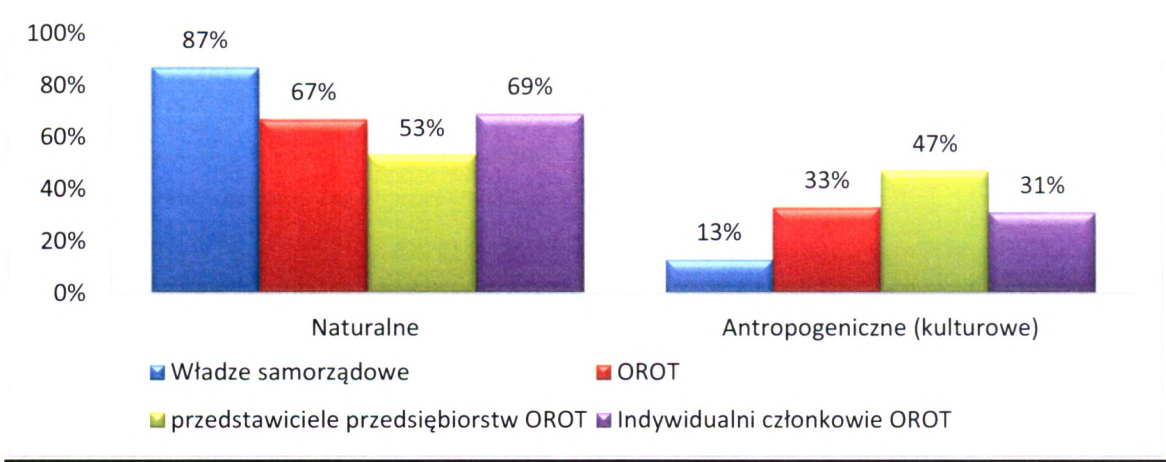
Aktywność społeczności lokalnych, w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie opolskim wpływa znacząco na sukces rozwoju województwa między innymi poprzez: kreowanie pozytywnego i atrakcyjnego wizerunku województwa nie tylko w kraju ale także poza jego granicami, promocje regionu (produkty regionalne, parki tematyczne i inne), pozyskiwanie środków z Unii Europejskiej na wspomaganie planów rozwojowych i modernizacyjnych infrastruktury nie tylko turystycznej, a także integracja i wspólne cele rozwojowe.

Sukces województwa zależy tylko i wyłącznie od nas... od mieszkańców tego regionu. Aktywność społeczności lokalnej jest kluczowa dla rozwoju Województwa Opolskiego. Niezwykle ważne jest zadbanie o wzrost świadomości mieszkańców dotyczący problemów społecznych oraz zwiększenie udziału mieszkańców, zwłaszcza ludzi młodych w rozwiązywanie problemów społecznych. Budowanie pozytywnych postaw społecznych, zaufania, poczucia solidarności i motywacji. Ponadto mobilizacja i zaangażowanie społeczności lokalnej w pozyskiwanie środków pozwoli na realizację działań rozwojowych.

(IDI)

Niewątpliwie ogromną szansą na rozwój turystyki w regionie jest kształtowanie zasobów turystycznych po przez tworzenie parków tematycznych, promocje produktów regionalnych, zwiększenie dostępności informacji na temat atrakcji turystycznych, czy też modernizację infrastruktury turystycznej wokół rzek i jezior. Według przeprowadzonych badań wynika, że większą rolę w rozwoju turystyki w województwie odgrywają walory naturalne. Ta kategoria uzyskała najwięcej wskazań wśród przedstawicieli władz samorządowych, aż 87%. Również wysoki odsetek ta kategoria uzyskała w grupie indywidualnych członków OROT oraz przedstawicieli stowarzyszeń, odpowiednio 69% i 67%. W grupie przedstawicieli przedsiębiorców wskazania rozłożyły się mniej więcej po połowie pomiędzy kategoriami odpowiedzi. Szczegółowe dane prezentuje wykres 30 i tabela 24.

Wykres 30. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Które z walorów regionu odgrywają najważniejszą rolę w promocji turystyki? Dane w % (N=149)



Źródło: Badanie własne.

Tabela 23. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Które z walorów regionu odgrywają najważniejszą rolę w promocji turystyki? Dane w % i liczbach osób badanych (N=149)

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Naturalne	62	87%	8	67%	19	53%	20	69%
Antropogeniczne (kulturowe)	9	13%	5	33%	17	47%	9	31%
Łącznie	71	100%	13	100%	36	100%	29	100%

Źródło: Badanie własne.

Warto zwrócić uwagę na kwestię zapewnienia właściwej bazy noclegowej w związku z rozwojem turystyki i regionu, mimo że według ankietowanych na obecna chwilę jest zapewniona właściwa baza noclegowa – istnieje wiele hoteli, moteli, zajazdów, ponadto dużą część zakwaterowania stanowią prywatne kwatery. Wskazują oni jednak na konieczność pewnych zmian w celu zintensyfikowania rozwoju turystycznego regionu, poprzez rozpatrywanie strategicznych celów rozwojowych. Respondenci wskazali na:

- konieczność ukierunkowania polityki regionu na turystów i turystykę poprzez akwizycję finansów i wiedzy związanej z rozwojem turystyki
- potencjał województwa w tym zakresie nie jest w pełni wykorzystany
- należy zadbać o infrastrukturę turystyczną
- efektywniej wykorzystywać miejscowe warunki rozwoju i przekształcić je w czynniki rozwoju danego obszaru
- wykorzystywanie zapału i możliwości społeczności lokalnych w kreowaniu procesów rozwoju i kontroli przebiegu ich realizacji,
- pobudzenie przedsiębiorczości i tworzenia klimatu dla rozwoju społeczno-gospodarczego.

Strategiczne cele rozwojowe, którymi jest przede wszystkim promocja regionu oraz kreowanie pozytywnego wizerunku województwa powinno się rozpatrywać w kategoriach procesu, które niewątpliwie powinny przyspieszyć i zdynamizować nie tylko rozwój turystyki ale także służyć będzie podniesieniu pozycji konkurencyjności i rangi regionu zarówno wewnątrz jak i na tle całego kraju.

(IDI)

Tabela 25 przedstawia szczegółowe wyniki w zakresie bazy noclegowej.

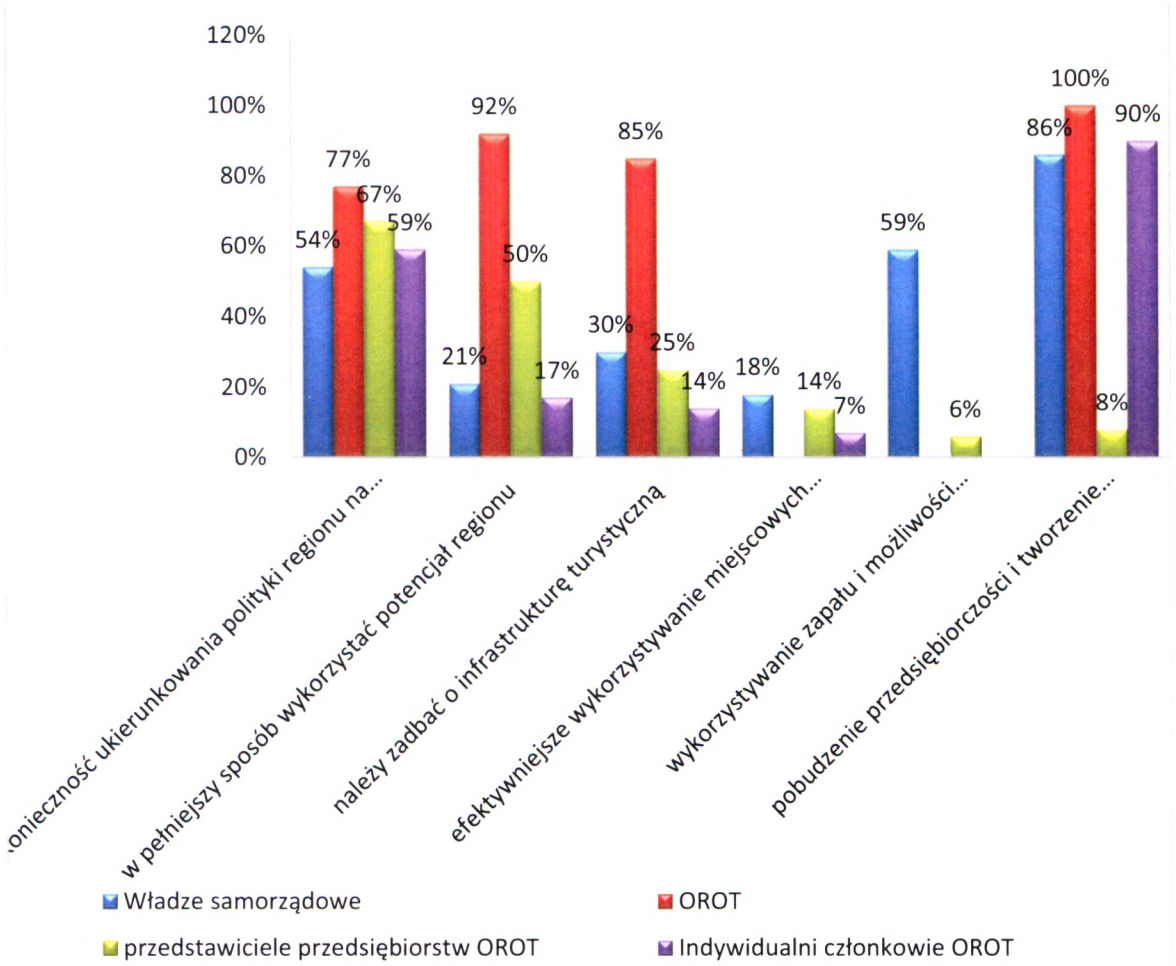
Tabela 24. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Czy w regionie zapewniona jest właściwa baza noclegowa?
Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149)

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Tak	43	61%	9	69%	29	81%	24	83%
Nie	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Trudno powiedzieć	28	39%	4	31%	7	19%	5	17%
Łącznie	71	100%	13	100%	36	100%	29	100%

Źródło: Badanie własne.

Bardzo interesująca kwestią są również zmiany jakie według respondentów powinny być wprowadzone w celu zintensyfikowania rozwoju turystycznego regionu. Najwięcej wskazań we wszystkich grupach badanych z wyjątkiem przedstawicieli przedsiębiorstw uzyskała kategoria: pobudzenie przedsiębiorczości i tworzenie klimatu dla rozwoju społeczno-gospodarczego. Odpowiednio wszyscy badani spośród przedstawicieli stowarzyszeń wskazali właśnie tą kategorię. Również 90% spośród badanych w grupie indywidualnych członków, a także 86% spośród badanych z grupy przedstawicieli władz samorządowych. Na uwagę również zasługuje pełniejsze wykorzystanie potencjału regionu, głównie w grupie przedstawicieli stowarzyszeń było to nieco ponad 90% wskazań, jak również dbałość o infrastrukturę turystyczną, w tej samej grupie badanych ta kategoria uzyskała 85% wskazań. Szczegółowy rozkład odpowiedzi w tym zakresie przedstawia wykres 31 i tabela 26.

Wykres 31. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jakie zmiany należałoby wprowadzić w celu zintensyfikowania rozwoju turystycznego regionu? Dane w % (N=149). Dane nie sumują się do 100%



Źródło: Badanie własne.

Tabela 25. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jakie zmiany należałoby wprowadzić w celu zintensyfikowania rozwoju turystycznego regionu? Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149). Wartości nie sumują się do 100%

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
konieczność ukierunkowania polityki regionu na turystów i turystykę po przez akwizycję finansów i wiedzy związanej z rozwojem turystyki	38	54%	10	77%	24	67%	17	59%
pełniej wykorzystać potencjał regionu	15	21%	12	92%	18	50%	5	17%
należy zadbać o infrastrukturę turystyczną	21	30%	11	85%	9	25%	3	14%
efektywniejsze wykorzystywanie miejscowych warunków rozwoju i przekształceń ich w czynniki rozwoju danego obszaru	13	18%	0	0%	5	14%	2	7%
wykorzystywanie zapasu i możliwości społeczności lokalnych w kreowaniu procesów rozwoju i kontroli przebiegu ich realizacji,	42	59%	0	0%	2	6%	0	0%
pobudzenia przedsiębiorczości i tworzenia klimatu dla rozwoju społeczno-gospodarczego,	61	86%	13	100%	3	8%	26	90%

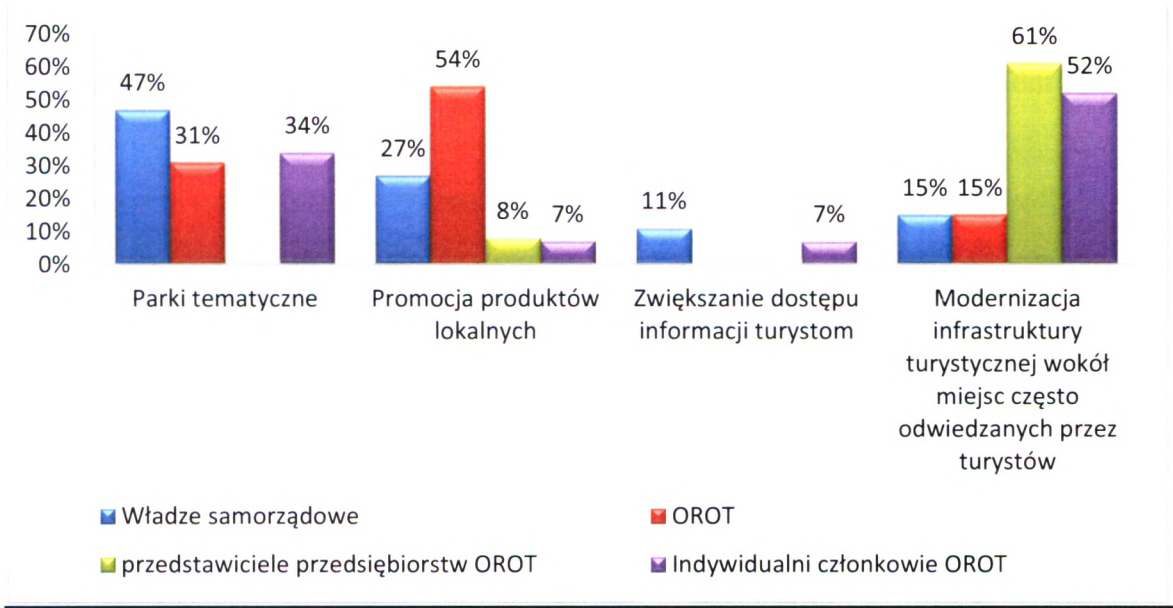
Zródło: Badanie własne.

Ponadto wielu respondentów wskazywało na konieczność ukierunkowania polityki regionu na turystów i turystykę poprzez aktywizację wiedzy związanej z rozwojem turystyki. Jak z resztą wynika z badań, region jest atrakcyjny turystycznie, ale jego potencjał nie jest w pełni wykorzystany. Dlatego niezwykle ważne byłoby między innymi zadbanie o infrastrukturę turystyczną, co już zostało wspomniane w analizie badań. Warto ponadto zwrócić uwagę na efektywniejsze wykorzystywanie miejscowych warunków rozwoju i przekształceń ich w czynniki rozwoju danego obszaru, wykorzystywanie zapasu i możliwości społeczności lokalnych w kreowaniu procesów rozwoju i kontroli przebiegu ich realizacji, pobudzenie przedsiębiorczości i tworzenie klimatu dla rozwoju społeczno-gospodarczego.

W opinii respondentów zasoby turystyczne mogą być w pewnym stopniu kształtowane odpowiednio dobranymi instrumentami rozwojowymi, takimi jak modernizacja infrastruktury turystycznej wokół miejsc często odwiedzanych przez turystów, tworzenie parków tematycznych, promocja produktów regionalnych oraz zwiększanie dostępu informacji turystycznej. Na szczególną uwagę w tym aspekcie zasługuje promocja lokalnych produktów oraz modernizacja infrastruktury

turystycznej. Obie kategorie uzyskały duże odsetki wskazań pośród indywidualnych członków OROT, przedstawicieli przedsiębiorstw oraz stowarzyszeń. Szczegółowe dane przedstawia wykres 32.

Wykres 32. Instrumenty rozwoju turystyki. Dane w % (N=138)



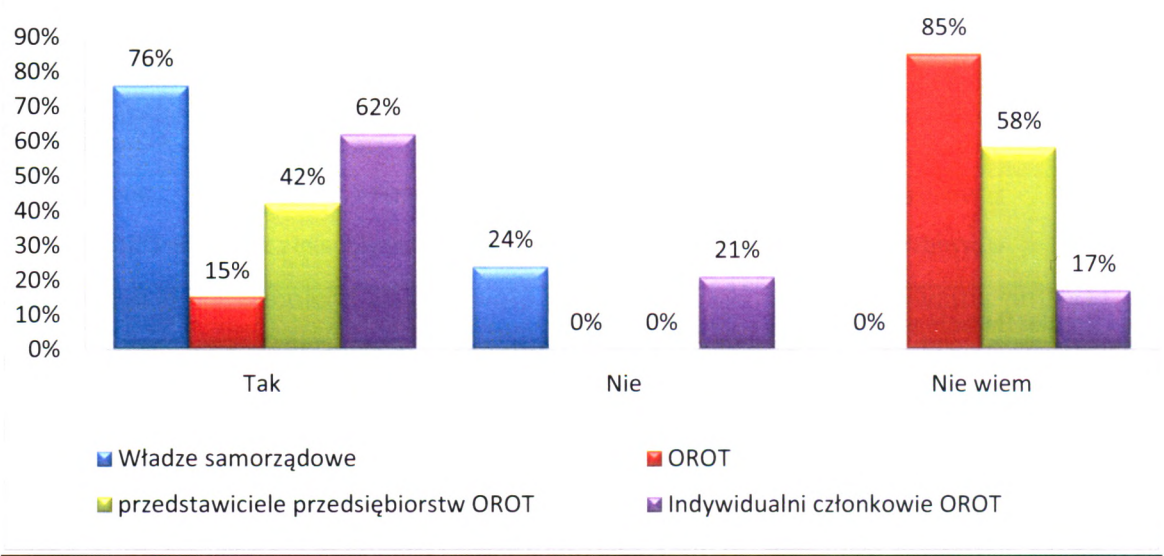
Źródło: Badanie własne.

Z przeprowadzonych badań wynika, iż w większości gmin województwa opolskiego zachodzą podobne procesy i efekty rozwojowe. Głównie dotyczy to gmin, które posiadają podobne cechy i zasoby turystyczne.

Natomiast powodów niewystępowania podobnych procesów i efektów rozwojowych w niektórych gminach posiadających podobne zasoby jest kilka. Głównie na uwagę zasługuje w tym aspekcie sposób zarządzania dochodami gminy i ich rozplanowanie, a także utrudnienia i ograniczenia realizacji strategii które mogą prowadzić do zahamowania rozwoju turystyki w regionie, wśród nich najczęściej wymieniano przede wszystkim brak różnorodnej oferty turystycznej, a także mała aktywność społeczności lokalnej. W mniejszym stopniu zwracano uwagę na niewielkie zainteresowanie władz regionu rozwojem turystyki oraz niedostosowanie infrastruktury do wymagań rynku. Według badanych wszystkie te czynniki wpływają na zmniejszającą się konkurencyjność regionu pod względem turystycznym.

O podobnym stopniu rozwoju gmin województwa opolskiego przekonani są w największym stopniu przedstawiciele władz samorządowych – 76% oraz indywidualni członkowie OROT – 62%. Na uwagę służy również bardzo duży odsetek odpowiedzi nie wiem w dwóch grupach respondentów. Wśród przedstawicieli stowarzyszeń oraz przedsiębiorstw, odpowiednio 85% i 58% wskazań otrzymała ta właśnie odpowiedź. Szczegółowe dane w tym zakresie są zaprezentowane na wykresie 33 oraz w tabeli 27.

Wykres 33. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Czy w gminie zachodzą podobne procesy i efekty rozwojowe, jak w innych gminach województwa o podobnych cechach i zasobach turystycznych? Dane w % (N=149)



Źródło: Badanie własne.

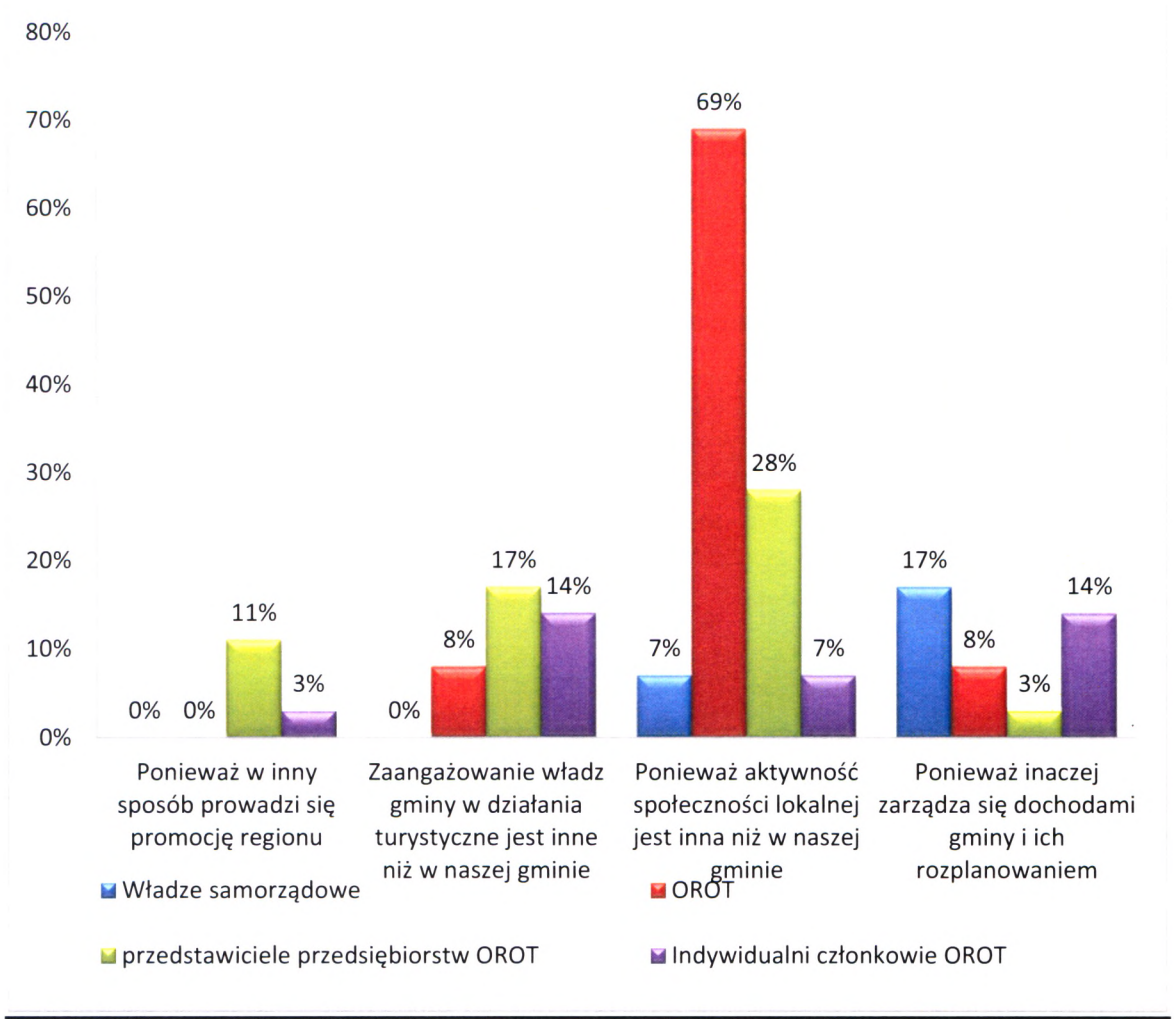
Tabela 26. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Czy w gminie zachodzą podobne procesy i efekty rozwojowe, jak w innych gminach województwa o podobnych cechach i zasobach turystycznych? Dane w % i liczbach osób badanych (N=149)

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Tak	54	76%	2	15%	15	42%	18	62%
Nie	17	24%	0	0%	0	0%	6	21%
Nie wiem	0	0%	11	85%	21	58%	5	17%
Łącznie	71	100%	13	100%	36	100%	29	100%

Źródło: Badanie własne.

Zastanówmy się zatem jakie mogą być powody potencjalnego niewystępowania podobnych procesów i efektów rozwojowych w gminach wskazane przez respondentów. Spośród tych respondentów, którzy odpowiedzieli na to pytanie największy odsetek uzyskała kategoria dot. aktywności społeczności lokalnej, ale tylko w grupie przedstawicieli stowarzyszeń. Warto podkreślić, że było to tylko dziewięciu respondentów z tej grupy. Z grupy przedstawicieli przedsiębiorstw dziesięciu respondentów wskazało również tą kategorię odpowiedzi za istotną, stanowili oni prawie 30% spośród pozostałych z tej grupy. Szczegółowe dane prezentują w tym zakresie wykres 34 i tabela 28.

Wykres 34. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jaki jest główny powód niewystępowania podobnych procesów i efektów rozwojowych jak w innych gminach województwa o podobnych cechach i zasobach turystycznych? Dane w % (N=60)



Źródło: Badanie własne.

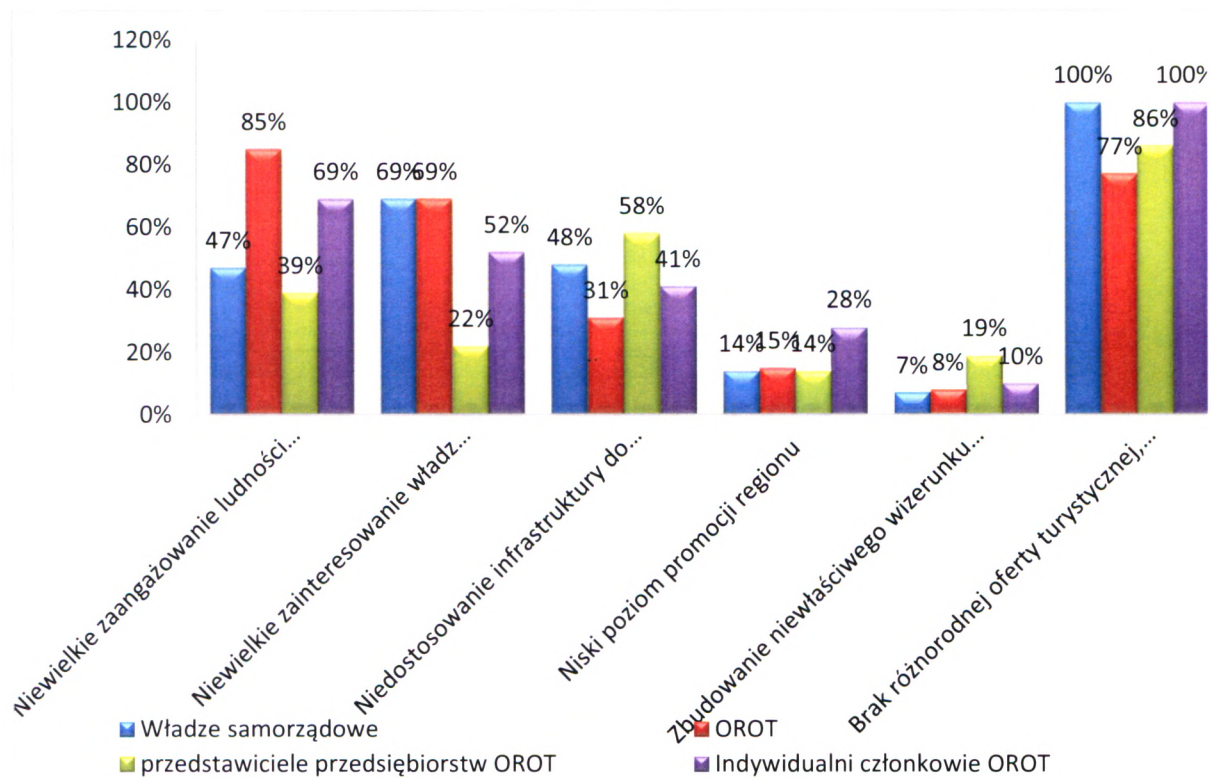
Tabela 27. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jaki jest główny powód niewystępowania podobnych procesów i efektów rozwojowych jak w innych gminach województwa o podobnych cechach i zasobach turystycznych? Dane w % i w liczbach osób badanych (N=60)

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorst w OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Ponieważ w inny sposób prowadzi się promocję regionu	0	0%	0	0%	4	11%	1	3%
Zaangażowanie władz gminy w działania turystyczne jest inne niż w naszej gminie	0	0%	1	8%	6	17%	4	14%
Ponieważ aktywność społeczności lokalnej jest inna niż w naszej gminie	5	7%	9	69%	10	28%	2	7%
Ponieważ inaczej zarządza się dochodami gminy i ich rozplanowaniem	12	17%	1	8%	1	3%	4	14%

Źródło: Badanie własne.

Bardzo interesującą kwestią wydają się być również utrudnienia i ograniczenia realizacji strategii rozwojowej w zakresie turystyki w regionie. Tutaj największy odsetek wskazań w większości grup badanych uzyskała kategoria brak różnorodnej oferty turystycznej. Wśród przedstawicieli władz samorządowych i indywidualnych członków OROT kategoria ta uzyskała wskazania wszystkich respondentów, w pozostałych grupach badanych odsetek ten był równie wysoki. Po blisko 80% wśród przedstawicieli przedsiębiorstw i stowarzyszeń. Szczegółowy rozkład odpowiedzi zaprezentowany został na wykresie 35 oraz w tabeli 29.

Wykres 35. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jakie utrudnienia i ograniczenia realizacji strategii mogą prowadzić do zahamowania rozwoju turystyki w regionie? Dane w % (N=149). Dane nie sumują się do 100%



Źródło: Badanie własne.

Tabela 28. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jakie utrudnienia i ograniczenia realizacji strategii w zakresie rozwoju turystyki mogą prowadzić do zahamowania tego rozwoju w regionie? Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149). Wartości nie sumują się do 100%

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Niewielkie zaangażowanie ludności lokalnej w rozwój turystyki	32	47%	11	85%	14	39%	20	69%
Niewielkie zainteresowanie władz regionu rozwojem turystyki	49	69%	9	69%	8	22%	15	52%
Niedostosowanie infrastruktury do wymagań rynku	34	48%	4	31%	21	58%	12	41%
Niski poziom promocji regionu	10	14%	2	15%	5	14%	8	28%
Zbudowanie niewłaściwego wizerunku regionu	5	7%	1	8%	7	19%	3	10%
Brak różnorodnej oferty turystycznej, zmniejszającej konkurencyjność regionu	71	100%	10	77%	31	86%	29	100%

Źródło: Badanie własne.

Wśród badanych przeważali mężczyźni we wszystkich grupach. Szczegółowy rozkład płci respondentów przedstawia tabela 30.

Tabela 29. Płeć respondentów. Dane w % i w liczbach osób badanych

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Kobieta	25	35%	5	39%	15	42%	11	38%
Mężczyzna	46	65%	8	61%	21	58%	18	62%
Łącznie	71	100%	13	100%	36	100%	29	100%

Źródło: Badanie własne.

Jeśli chodzi o wiek interlokutorów, to przeważnie były to osoby młode, do 33 roku życia. Szczegółowe dane prezentuje tabela 31. Wykształcenie respondentów z kolei rozkładało się głównie wokół wykształcenia wyższego w grupie przedstawicieli władz samorządowych. W innych grupach badanych rozkład był różny, a jego szczegółowe ujęcie zostało przedstawione w tabeli 32.

Tabela 30. Wiek respondentów. Dane w % i w liczbach osób badanych

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
18-25 lat	3	4%	3	23%	4	11%	0	0%
26-33 lat	24	34%	3	23%	16	44%	2	7%
34-41 lat	11	15%	5	38%	7	19%	7	23%
42-49 lat	24	34%	1	8%	2	6%	8	28%
50-57 lat	5	8%	1	8%	4	11%	8	28%
58 lat i więcej	4	5%	0	0%	3	9%	4	14%
Łącznie	71	100%	13	100%	36	100%	29	100%

Źródło: Badanie własne.

Tabela 31. Wykształcenie respondentów. Dane w % i w liczbach osób badanych

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Podstawowe	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Gimnazjalne	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Zasadnicze zawodowe	0	0%	0	0%	2	6%	0	0%
Średnie	0	0%	3	22%	12	33%	3	10%
Wyższe zawodowe	32	47%	4	32%	8	22%	15	52%
Wyższe	39	53%	6	46%	14	39%	11	38%
Łącznie	71	100%	13	100%	36	100%	29	100%

Źródło: Badanie własne.

Miejsce zamieszkania respondentów, to również jedna z zaprezentowanych cech metrykalnych. Szczegółowe dane w tym zakresie przedstawia tabela 33.

Tabela 32. Miejsce zamieszkania respondentów. Dane w % i w liczbach osób badanych

	Władze samorządowe		OROT		przedstawiciele przedsiębiorstw OROT		Indywidualni członkowie OROT	
Wieś	36	51%	3	23%	5	13%	4	14%
Miasto do 20 tys. mieszkańców	30	42%	4	31%	10	28%	3	10%
Miasto powyżej 20 tys. do 100 tys. mieszkańców	4	6%	4	31%	11	31%	9	31%
Miasto powyżej 100 tys. mieszkańców	1	1%	2	15%	10	28%	13	45%
Łącznie	71	100%	13	100%	36	100%	29	100%

Źródło: Badanie własne.

6.4 Województwo opolskie w świetle mierników popytu turystycznego

Województwo opolskie, będąc znacznie mniejszym od swoich sąsiadów, województw śląskiego i dolnośląskiego, ma znacznie mniejsze możliwości promowania swoich walorów turystycznych. Pomimo tego widać powstawanie produktów turystycznych, które mogą z czasem znacznie ożywić ruch turystyczny w tym regionie.²⁴⁸ W województwie opolskim nie ma przytłaczającej liczby miejsc znacznie wyróżniających się pod względem turystycznym na tle całego kraju, nie

²⁴⁸ A. Jarczewski, Opolskie – kultura i przyroda, dostęp: 18.08.2013; <http://www.rynek-turystyczny.pl/artykuly-z-dzialu?k=61/61/numer/dzial-produkt-turystyczny/dzial-produkt-turystyczny>

mniej jednak różnorodność obiektów przyrodniczych oraz kulturowych pozwala na stworzenie interesującej oferty dla turystów. Najmocniejszym atutem regionu jest turystyka kulturowa w wielu jej aspektach.

Rysunek 14. Motywy przyjazdów turystów do województwa opolskiego

Motywy przyjazdu	Liczba badanych respondentów		
	Krajo- wych	Zagranicz- nych	Ogółem
Wypoczynek	1 210	408	1 618
Zwiedzanie zabytków	612	245	857
Odwiedziny miejsc rodzinnych	241	263	504
Udział w wydarzeniach	327	168	495
Odwiedziny znajomych	267	188	455
Rozrywka	317	88	405
Poznanie walorów naturalnych	273	107	380
Odwiedziny krewnych	225	104	329
Edukacja	182	63	245
Zdrowie	186	54	240
Religia	151	57	208
Tranzyt	90	69	159
Biznes	117	30	147
Aktywność fizyczna	94	35	129
Zakupy	54	62	116
Udział w szkoleniach	50	25	75
Udział w imprezach integracyjnych	67	6	73
Pobyt na wsi	29	34	63
Działalność artystyczna	19	2	21
Razem	4 511	2 008	6 519

Źródło: T. Grabiński, D. Puciato, Ruch turystyczny w województwie opolskim i na pograniczu polsko-czeskim w 2012 roku. Raport z badań, Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu Wydział Ekonomiczny w Opolu, Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Opole 2012, s. 37.

Jak wskazuje rysunek 12 najczęściej wymienianymi przez respondentów, w badaniu nad ruchem turystycznym, motywami przyjazdu na Opolszczyznę były kolejno: wypoczynek (26% turystów krajowych i 20% turystów zagranicznych), zwiedzanie zabytków (13% i 12%), odwiedziny miejsc rodzinnych (5% i 13%), udział w wydarzeniach (7% i 8%), odwiedziny znajomych (5% i 9%), rozrywka (7% i 4%), poznanie walorów przyrodniczych (6% i 5%) oraz odwiedziny krewnych (4% i 5%). W przypadku innych, rzadziej wybieranych powodów były również: edukacja, zdrowie, religia, tranzyt, biznes, aktywność fizyczna, zakupy, udział w szkoleniach i imprezach integracyjnych, pobyt na wsi oraz działalność artystyczna.²⁴⁹

²⁴⁹ T. Grabiński, D. Puciato, Ruch turystyczny w województwie opolskim i na pograniczu polsko-czeskim w 2012 roku. Raport z badań, Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna Wyższa Szkoła Bankowa we

Przeprowadzone badania ruchu turystycznego w ubiegłym roku przez Opolską Regionalną Organizację Turystyczną przy współpracy czeskiego Klastra Turystycznego Kraju Morawsko-Śląskiego z Ostrawy oraz Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu pozwalają na weryfikację konkurencyjności regionu. Jak wynika z tych, że badań Województwo Opolskie w 2012 roku odwiedziło wielu turystów krajowych w ramach wyjazdów krótko i długo okresowych. Było to prawie 766,5 tys. Turystów, a w tym 682 tys. osób z kraju (większość to mieszkańcy sąsiednich województw – śląskie, dolnośląskie, małopolskie oraz wielkopolskie) oraz 84,5 tys. turystów zagranicznych (obywatele niemieccy stanowili zdecydowaną większość, ponadto dość częstymi gośćmi byli Czesi oraz Holendrzy, Brytyjczycy i Japończycy.²⁵⁰

W toku prowadzonych badań popytu turystycznego zbadano wówczas również wydatki turystów. Przeciętny polski turysta wydawał średnio 525 zł (warto zaznaczyć, że koszt noclegu oscylował w granicach 100 zł. Z kolei turyści zagraniczni byli bardziej hojni. Wydatki w tej grupie plasowały się na poziomie 741 zł, w tym najwięcej wydawano na zakupy, około 150zł.²⁵¹

Wrocławiu Wydział Ekonomiczny w Opolu, Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Opole 2012, s. 36.

²⁵⁰ Tamże, s. 24, 27, 52.

²⁵¹ Tamże, s. 42.

Rysunek 15. Średnie wydatki turystów zagranicznych i krajowych w województwie opolskim

Rodzaj wydatku	Średnie wydatki deklarowane przez respondentów [złotych]	
	Krajowych	Zagranicznych
Zakwaterowanie	94	114
Leczenie	88	72
Zakupy	48	149
Atrakcje	36	94
Wyżywienie	60	59
Rozrywki	51	59
Inne	51	56
Kultura	39	50
Sport	32	53
Pamiątki	25	35
Razem	525	741

Źródło: T. Grabiński, D. Puciato, Ruch turystyczny w województwie opolskim i na pograniczu polsko-czeskim w 2012 roku. Raport z badań, Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu Wydział Ekonomiczny w Opolu, Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Opole 2012, s. 42.

Spośród turystów spędzających w województwie opolskim co najmniej jedną dobę, najliczniejszą grupę stanowiły osoby deklarujące nocleg w: hotelach (33% Polaków i 30% obcokrajowców). Najchętniej wybieranymi obiektami tego rodzaju były hotele trzygwiazdkowe (89% Polaków i 84% obcokrajowców). U krewnych nocowało 14% turystów krajowych i 18% turystów zagranicznych, w innym obiekcie noclegowym (m.in. w: grodzie rycerskim, domu pielgrzyma, sanatorium, czy akademiku) 9% turystów krajowych i 12% turystów zagranicznych, w mieszkaniu znajomych 10% turystów krajowych i 9% turystów zagranicznych, natomiast w gospodarstwie agroturystycznym 9% turystów krajowych i 2% turystów zagranicznych.²⁵² Wyniki szczegółowe prezentuje rysunek 14.

²⁵² Tamże, s. 39.

Rysunek 16. baza noclegowa turystów zwiedzających województwo opolskie

Miejsce noclegu	Liczba respondentów			[%]		
	Krajowych	Zagranicznych	Ogółem	Krajowych	Zagranicznych	Ogółem
Hotel	417	205	622	33,55	30,10	32,33
Mieszkanie krewnych	184	129	313	14,80	18,94	16,27
Inny obiekt noclegowy	119	88	207	9,57	12,92	10,76
Mieszkanie znajomych	136	63	201	10,94	9,54	10,45
Agroturystyka	122	14	136	9,81	2,06	7,07
Kemping	80	35	115	6,44	5,14	5,98
Pensjonat	53	59	112	4,26	8,66	5,82
Kwaterna prywatna	37	27	64	2,98	3,96	3,33
Schronisko	37	18	55	2,98	2,64	2,86
Dom rodzinny	18	27	45	1,45	3,96	2,34
Motel	26	11	37	2,09	1,62	1,92
Dom wycieczkowy	14	3	17	1,13	0,44	0,88
Razem	1 243	681	1 924	100,00	100,00	100,00

Źródło: T. Grabiński, D. Puciato, Ruch turystyczny w województwie opolskim i na pograniczu polsko-czeskim w 2012 roku. Raport z badań, Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu Wydział Ekonomiczny w Opolu, Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Opole 2012, s. 39.

Jak wynika z przeprowadzonych badań w ramach analizy popytu turystycznego region województwa opolskiego jest niewątpliwie miejscem atrakcyjnym pod względem turystycznym. Największą popularnością wśród turystów krajowych cieszyły się takie miejsca jak Zamek w Mosznej, JuraPark w Krasiejowie oraz Góra Świętej Anny, Nysa, gród rycerski w Byczynie, Kamień Śląski, Muzeum Wsi Opolskiej w Opolu-Bierkowicach, zoo w Opolu, Jezioro Nyskie czy Zamek Piastów Śląskich w Brzegu. Dla turystów zagranicznych z kolei, prócz Góry Świętej Anny i JuraParku, także miasto Opole.²⁵³

Województwo Opolskie według turystów wyróżnia się na tle innych województw między innymi dzięki naturalnym walorom turystycznym oraz gościnnością miejscowej ludności. Nie mniej jednak wskazywano także na słabe strony regionu, wśród których najczęściej wymieniano pozostawiającą wiele do życzenia infrastrukturę turystyczną i ogólnie wysokie ceny.²⁵⁴

²⁵³ Tamże, s. 44.

²⁵⁴ Tamże, s. 46.

Podsumowanie

Turystyka jest jedną z najbardziej charakterystycznych cech współczesności. Może być ona miarą wielu cech ludzkości. Stanowi ona tym samym jedną z najbardziej zróżnicowanych funkcji społeczno-gospodarczych przestrzeni. Na wielu płaszczyznach można rozpatrywać jej wielowymiarowość oraz wieloaspektowość. Wymiary społeczny i ekonomiczny turystyki wzajemnie się uzupełniają, a ich najpełniejszy obraz można uzyskać, dokonując obserwacji z poziomu regionalnego. Nie sposób wyczerpać mnogości podejść oraz kątów spojrzenia na zarysowaną problematykę. Istotne wydaje się być patrzenie na turystykę z punktu widzenia kwestii społecznych, bez odcinania się rzecz jasna od implikacji ekonomicznych.

Zwykle przyjmuje się, że kluczowe znaczenie dla turystyki ma posiadanie stosownych zasobów. Jak twierdzi Marek Kozak²⁵⁵, przynajmniej w odniesieniu do turystyki o charakterze wypoczynkowym nie ma co do tego wątpliwości ponieważ naturalne zasoby stanowią ważny czynnik przyciągający turystów. Jak wskazują przeprowadzone badania zarówno własne, jak i analiza danych zastanych nie wystarczy posiadać zasoby, żeby na danym terenie rozwijała się turystyka. Jest wiele przykładów niewykorzystania posiadanych zasobów jak na przykład kompleks jezior turawskich, czy zamek w Kopicach lub Dąbrowie Niemodlińskiej. Są również przykłady rozwoju i kreowania walorów turystycznych jak choćby wioski indiańskie koło Wołczyna, czy sztandarowy przykład dynamicznego, momentalnego wręcz rozwoju Dinoparku w Krasiejowie. Nie sposób zauważyć, że za wszystkimi sukcesami w rozwoju turystyki stoją ludzie i w głównej mierze są to lokalne społeczności i świadomi obywatele, którzy czują, że mogą zrobić coś dobrego dla siebie i dla innych w swojej gminie. Liderzy, czy lokalni przywódcy odgrywają tutaj najistotniejszą rolę, ponieważ dysponują oni instrumentami stymulującymi rozwój. Tym samym myśląc o rozwoju turystyki, należy odstąpić od upatrywania go tylko w odniesieniu do zasobów przyrodniczych. Przeprowadzone badania wskazały na potencjał i co może ważniejsze świadomość wielu podmiotów na temat kształtowania rozwoju

²⁵⁵ M. Kozak, *Turystyka i polityka turystyczna a rozwój...*, Scholar, Warszawa 2009, s. 274.

regionalnego z wykorzystaniem turystyki. Turystyka będzie się rozwijała dynamicznie i będzie przynosiła określone korzyści tylko wówczas gdy będzie traktowana jak gałąź gospodarki oferująca swoje produkty i usługi turystom. Należy mieć na względzie, że takie upatrywanie tego wycinka życia społecznego wcale nie musi oznaczać destrukcyjnego scenariusza dla przyrody i walorów kulturowych w danym regionie. Co więcej może pomóc w ochronie dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego, z wykorzystaniem, rzecz jasna, nowoczesnych instrumentów i sposobów zarządzania regionalnego z bardzo wyraźnym uwzględnieniem aktywności społeczności lokalnej. Wiele inicjatyw w tym miejscu zasługiwało by na pochwałę w kontekście województwa opolskiego, jednak bardziej warto chyba skupić się na tym czego jeszcze w rozwoju turystyki może dokonać region opolski w przyszłości.

Bibliografia

- Aksjologia turystyki*, red. Z. Dziubiński, SALOS RP, Warszawa 2006.
- Alejziak W., *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Albis, Kraków 2000.
- Altkorn, J., *Marketing w turystyce*, PWN, Warszawa 1995.
- Babbie E., *Badania społeczne w praktyce*, PWN, Warszawa 2007.
- Badanie zrealizowane przez Fundeko Sp. J. na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Opolskiego, Raport końcowy dla badania ewaluacyjnego pn. „wpływ usług turystycznych na rozwój gospodarczy regionu”, Warszawa 2012.
- Baraniecki L., *Perspektywy rozwoju "turystyki sentymentalnej" w Europie Środkowej i Wschodniej W: Uwarunkowania rozwoju turystyki zagranicznej w Europie Środkowej i Wschodniej. Z.4.*, Wrocław 1997.
- Barteczko K., Grabowski J., Wrzosek A., , *Analiza przewag konkurencyjnych Polski na międzynarodowym rynku turystycznym*, Ministerstwo Gospodarki Pracy i Polityki Społecznej Warszawa 2003.
- Bartoszewski W., Łaciak J., □ *Przemiany społeczności lokalnych pod wpływem turystyki*, Problemy Turystyki, nr 1-2/1991.
- Barthes R., *Mitologie*, KR, Kraków 2006, s. 157.
- Bauman Z., *Dwa szkice o moralności ponowoczesnej*, Instytut Kultury, Warszawa 1994.
- Bauman Z., *Kultura i społeczeństwo. Preliminaria*, PWN, Warszawa 1966.
- Bogdanowski J., *Architektura obronna w krajobrazie Polski. Od Biskupina do Westerplatte*, PWN, Warszawa-Kraków 1996.
- Bocheńska M., Bujak K., *Uwagi dotyczące motywów uprawiania turystyki*, Ruch Turystyczny nr 1, SGPiS, Warszawa, 1975.
- Bohdanowicz P., *Turystyka a świadomość ekologiczna*, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2005.
- Boyer M., *Le tourisme*, Paris 1972.
- Butowski L., *Turystyka w Polsce: uwarunkowania organizacyjne i prawne*, Wyd. Wyższa Szkoła Społeczno Przyrodnicza w Lublinie, Lublin 2007.

- Byszewska-Dawidek M., Kulesza I., *Rynek biur podróży w Polsce*, Instytut Turystyki, Warszawa 2001.
- Churski P., Czynniki rozwoju regionalnego w świetle koncepcji teoretycznych, Wyższa Szkoła Humanistyczno-Ekonomiczna we Włocławku, Włocławek 2008.
- Churski P., *Rozwój regionalny w warunkach transformacji gospodarczej i integracji europejskiej*. w: *Przekształcenia regionalnych struktur funkcjonalno-przestrzennych. Regionalny wymiar integracji europejskiej*, red. S. Ciok, D. Ilnicki, Instytut Geografii i Rozwoju Regionalnego Uniwersytet Wrocławski, Wrocław 2004.
- Cynarski W., *Spotkania, konflikty, dialogi: analiza wybranych obszarów kultury fizycznej i turystyki kulturowej*, Wyd. Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2010.
- Czy koniec Śląska jaki znamy?*, red. R. Rauziński, T. Sołdra-Gwiżdż, R. Geisler, Wyd. Instytut Śląski Opole, 2010.
- Czystość wody zbiornika Turawa, gwarancją dobrego wypoczynku*. Materiały z konferencji naukowo-technicznej, Turawa 6 maja 2002.
- Dawidson R., *Turystyka biznesowa, POT*, Warszawa 2003.
- Dec P., *Strategiczne wyzwania rozwoju ruchu turystycznego na poziomie regionalnym*, Jesenik 2009.
- Derek M., *Od wioski rybackiej do turystycznej enklawy? Turystyka a rozwój lokalny na przykładzie Mikołajek*, *Studia Regionalne i Lokalne* nr 2/2007.
- Domański R., *Gospodarka przestrzenna*, PWN, Warszawa 2002.
- Drzewiecki M., *Podstawy agroturystyki*, Edytor, Bydgoszcz 2002.
- Ekonomiczne i organizacyjne aspekty rozwoju turystyki*, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania, red. J. Krupa, T. Soliński, Rzeszów 2004.
- Etzioni A., *A Theory of Societal and Political Process*, The Active Society Nowy Jork 1968.
- Etzioni A., *The Spirit of Community. The Reinvention of American Society*, A Touchstone Book, New York 1994.
- Ewaluacja rozwoju regionalnego w wymiarze społecznym, gospodarczym i środowiskowym*, red. K. Malik, Wydawnictwo Instytut Śląski, Opole 2009.

Filiipiak B., Kogut M., Szewczuk A., Ziolo M., *Rozwój lokalny i regionalny. Uwarunkowania, finanse, procedury*, Fundacja na rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2005.

Frysztański K., Na marginesie: o potrzebie "nowej" pracy socjalnej i pożytkach z niej płynących w nowych czasach, w: A. Śliz, M.S. Szczepański (red), *Czy koniec socjalizmu. Polska transformacja w teoriach socjologicznych*, Scholar, Warszawa 2008.

Gediga B., *Badania i dzieje wczesnośredniowiecznego grodu na Ostrówku w Opolu*, Opole 2002.

Gołembski G. (red.), *Kompendium wiedzy o turystyce*, PWN, Warszawa – Poznań 2002.

Gołembski G. (red.), *Nowe trendy rozwoju turystyki*, Wyd. PWSC, Sulechów 2009.

Gospodarka turystyczna w XXI wieku, red. S. Bosacki, AWF, Poznań 2002.

Grabiński T., Puciato D., *Ruch turystyczny w województwie opolskim i na pograniczu polsko-czeskim w 2012 roku. Raport z badań*, Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu Wydział Ekonomiczny w Opolu, Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Opole 2012.

Grosse T.G., Przegląd koncepcji teoretycznych rozwoju regionalnego, *Studia Regionalne i Lokalne* 1/2002.

Górecki J., *Krzyże i kapliczki w pejzażu górnośląskim*, Katowice 1999.

Hall C., Lindzey G., *Teorie osobowości*, PWN, Warszawa 2006.

Heffner K., *Program rozwoju Województwa Opolskiego*, Opole 2011.

Heffner K., Solga B., *The German minority of Opole Silesia as a minority of social and cultural borderland*, w: *The role of ethnic minorities in border regions. Forms of their composition, problems of development and political rights*. Ed. M. Koter, K. Heffner, *Region and Regionalism*. No 6, vol. 1. Wyd. Instytut Śląski, Łódź-Opole 2003.

Heffner K., *Regionalizm Opolskiego i jego cechy z punktu widzenia procesów osadniczych*, w: *Śląsk Opolski. Region i jego struktura*, red. S. Malarski, Opole 1992.

Jafari J., *Towards Tourism Mitigation*, W: *The Freedom of Travelling in the Year 2000*, AIEST nr 34, St-Call 1992.

Jałowiecki B., Szczepański M., Gorzelak G., *Rozwój lokalny i regionalny w perspektywie socjologicznej*, Wyd. Śląskie Wydawnictwa Naukowe, Tychy 2007.

- Jelonek A.W., Tyszka K., *Koncepcje rozwoju społecznego*, Wyd. Scholar, Warszawa 2001.
- Jędrzejczyk I., *Ekologiczne uwarunkowania i funkcje turystyki*. Wydawnictwo Śląsk, Katowice 1995.
- Kaczmarek J., Stasiak, Włodarczyk B., *Produkt turystyczny*, PWE, Warszawa 2005
- Kamiński A., *Czas wolny i jego problematyka społeczno-wychowawcza*, Ossolineum, Wrocław 1965.
- Kłodziński M., Dzun W., *Aktywizacja wiejskich obszarów problemowych*, IRWiR PAN, KROWiOGŻ AR Szczecin, Warszawa 2003.
- Kobieta i kultura czasu wolnego*, red. A Tarnowska, A. Szwarc, DiG, Warszawa 2001.
- Kompendium wiedzy o turystyce*, red. G. Gołębski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.
- Kondracki J., *Geografia regionalna Polski*, PWN, Warszawa 2002.
- Kowalczyk A., *Geografia turystyki*, PWN, Warszawa 2002.
- Kornak A., Rapacz A., *Zarządzanie turystyką i jej podmiotami w miejscowości i regionie*, Wyd. Akademii Ekonomicznej, Wrocław 2001.
- Kosiedowski W., *Teoretyczne problemy rozwoju regionalnego*, w: *Zarządzanie rozwojem regionalnym i lokalnym. Problemy teorii i praktyki*, red. W. Kosiedowski, Dom Organizatora, Toruń 2001.
- Kudłacz T., *Programowanie rozwoju regionalnego*, PWN, Warszawa 1999.
- Kurek W., *Turystyka*, PWN, Warszawa 2008.
- Krzysztofek K., Szczepański M. S., *Zrozumieć rozwój: od społeczeństw tradycyjnych do informacyjnych*, Wyd. Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2002.
- Komak A., Rapacz A., *Zarządzanie turystyką i jej podmiotami w miejscowości i regionie*, Wydawnictwo AE im O. Langego we Wrocławiu, Wrocław 2001.
- Kozak M., *Koncepcje rozwoju turystyki*, Studia regionalne i lokalne nr 1(31)/2008.
- Kozak M., *Turystyka i polityka turystyczna a rozwój: między starym a nowym paradygmatem*, Wyd. Scholar, Warszawa 2009.
- Kowalczyk A., *Współczesna turystyka kulturowa – między tradycją a nowoczesnością*, w: *Turystyka Kulturowa (spojrzenie geograficzne)*, red. A. Kowalczyk, wyd. Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2008.

- Kruczek Z., Walas B., *Promocja i informacja turystyczna*. Proksenia. Kraków 2004.
- Linton R., *Dyfuzja*, tłum. U. Niklas w: *Elementy teorii socjologicznych. Materiały do dziejów współczesnej socjologii zachodniej*, red. W. Derczyński, A. Jasińska-Kania, J. Szacki, PWN, Warszawa 1975.
- Łazarek R., *Ekonomika turystyki*, Wyd. Wyższej Szkoły Ekonomicznej, Warszawa 2001.
- MacCanell D., *Turysta, nowa teoria klasy próżniaczej*, PWN, Warszawa 2002.
- Maj B., *Społeczne uwarunkowania reakcji ruchowej i turystyki młodzieży wielkomiejskiej*, Impuls, Kraków 2007.
- Mason P., *Tourism Impacts, Planning and Management*, Elsevics Butterwortg-Heinemann, Oxford-Burlington 2003.
- Matlegiewicz M., *Turystyka kulturowa na obszarach wiejskich województwa zachodniopomorskiego*, Journal of Agribusiness and Rural Development nr 2(20)/2011.
- Metody stymulowania rozwoju turystyki w ujęciu przestrzennym*, red. G. Gołembski, Wyd. Akademii Ekonomicznej, Poznań 2002.
- Metodyka i technika obsługi ruchu turystycznego*, red. S. Bosacki, J. Śniadek, Wyd. Akademii Ekonomicznej, Poznań 2004.
- Meyer B., *Turystyka jako determinanta rozwoju obszaru*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 437/2006.
- Michałowski K., Ziółkowski R., *Zarządzanie turystyką*, Wyd. Politechniki Białostockiej, Białystok 2002.
- Mielec P., Kiraga P., Kandziora T., Visit Opolskie. Katalog produktów turystycznych, Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna, Opole 2012.
- Migdał M., *System organizacyjny turystyki w Polsce*, Szczecin 2004.
- Mikulski M., *Transport w obsłudze ruchu turystycznego*, Karków 1991.
- Mulka L., *Rozwój turystyki wodnej na Odrze – nowe obszary działalności gospodarczej W: Gospodarcze wykorzystanie Odry i Kanału Gliwickiego – szansą na wzrost innowacyjności przedsiębiorstw regionu*. Materiały konferencyjne, Opole, 23 kwietnia 2010 r. red. B. Tomaszek i In., Opole 2010.

- Nasiłowski, M., *System rynkowy. Podstawy mikro i makroekonomii*, PWN, Warszawa 1994.
- Naisbitt J., *Global Paradox*, Avon Books, New York 1995.
- Niezgoda A., *Obszar recepcji turystycznej w warunkach rozwoju zrównoważonego*. Akademia Ekonomiczna, Poznań 2006.
- Niezgoda A., *Popyt turystyczny. Uwarunkowania i perspektywy rozwoju*, Wyd. Akademii Ekonomicznej, Poznań 2003.
- Nowak E., Rezler-Wasilewska V., *Przewodnik po terenach poobozowych w Łambinowicach*, Opole 2003.
- Noworól A., *Bariery rozwoju lokalnego w Polsce*, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Administracji Publicznej w Szczecinie nr 1/2008, Szczecin 2008, s. 21 – 37.
- Noworól A., *Planowanie rozwoju terytorialnego w skali regionalnej i lokalnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007.
- Ocena krajobrazu Polski w aspekcie fizjonomicznym na potrzeby turystyki*. red. J. Wyrzykowski, Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1991.
- Ochrona środowiska w województwie opolskim w latach 1993-2003*, red. nauk. W. Drobek, K. Heffner, Wyd. Instytut Śląski, Opole 2005.
- Ossowski S., *U podstaw estetyki*, Wyd. Kasy Imienia Manowskiego, Warszawa 1949.
- Parysek J., *Podstawy gospodarki lokalnej*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2001.
- Pearce D., Butler R. (red.), *Tourism Research Critiques and Challenges*, Routledge, London 1993.
- Płocka J., *Turystyka. Wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo Escape Magazine, Toruń 2009.
- Podemski K., *Semiotyczne teorie turystyki*, w: *Turystyka w humanistycznej perspektywie*, red. M. Kaźmierczak, AWF, Poznań 2004.
- Podemski K., *Socjologia podróży*, UAM, Poznań 2004.
- Polityka rozwoju regionu. Koncepcja, Procedury administracyjne, Finansowanie*, red. nauk.: K. Malik, Wydawnictwo Naukowe „Akapit” Kraków, Opole 2010.
- Przeclawski K., *Człowiek a turystyka*, F.H-U. Albis, Kraków 2004.
- Przeclawski K., *Etyczne podstawy turystyki*, Albis, Kraków 1997.

- Przeclawski K., *Socjologiczne problemy turystyki*, CRZZ, Warszawa 1979.
- Przeclawski K., *Turystyka i wychowanie*, Nasza Księgarnia, Warszawa 1973.
- Raport o stanie zagospodarowania przestrzennego województwa opolskiego. Synteza*, Opole 2006.
- Ritzer G., *Makdonaldyzacja społeczeństwa*, PWN, Warszawa 2003.
- Rozwój regionalny i lokalny w Polsce w latach 1989 – 2002*, red. J. Parysek, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań 2004.
- Samorząd terytorialny w procesie rozwoju regionalnego i lokalnego*, red. W. Kosiedowski, TNOiK Dom Organizatora, Toruń 2005.
- Smith V., Eadington W., *Tourism Alternatives*, University of Pensylvania Pres, Philadelphia 1992.
- Strategia rozwoju województwa opolskiego na lata 2000-2015*, Opole 2000.
- Suprewicz J.C., *Socjologia turystyki*, WSSP, Lublin 2005.
- Szanse rozwoju regionów, uwarunkowania społeczne, ekonomiczne i środowiskowe*, red. K. Heffner, K. Malik, Wydawnictwo Instytut Śląski, Opole 2007.
- Szczap A., *Idea społeczeństwa obywatelskiego w kom unitaryzmie*, Rocznik Lubuski tom XXIX, cz. I/2003.
- Sztompka P., *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2002.
- Szul R., *Teorie i koncepcje w polityce regionalnej*, w: *Rozwój, region, przestrzeń*, red. G. Gorzelak, A. Tucholska, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego – EUROREG, Warszawa 2007.
- Świątkiewicz W., *Kapitał kulturowy a zagadnienie integracji społecznej*, w: *Ku integracji rozwoju człowieka i społeczeństwa. Księga jubileuszowa dedykowana Profesorowi Władysławowi Jacherowi*, Katowice-Opole 2001.
- Turner J., *Socjologia. Koncepcje i ich zastosowanie*, Wyd. Zys i S-ka, Poznań 1998.
- Turystyka*, red. W. Kurek, PWN, Warszawa 2007.
- Turystyka, a człowiek i społeczeństwo*, red. K. Przeclawki, IWZZ, Warszawa 1984.
- Turystyka aktywna-turystyka kwalifikowana: I Ogólnopolska Konferencja Naukowo – Metodyczna*, zbiór materiałów pokonferencyjnych, red. T. Łobożewicz, Warszawa 1999.

Turystyka czynnikiem integracji międzynarodowej, red. J. Biliński, WSISiZ, Rzeszów 2003.

Turystyka i podróżowanie w aksjologicznej perspektywie, red. M. Kaźmierczak, AWF, Poznań 2007.

Turystyka i rekreacja jako czynnik podnoszenia atrakcyjności i konkurencyjności regionu, red. D. Dutkiewicz, F. Midura, E. Wysocka, PWN, Warszawa 2006.

Turystyka i rekreacja w mieście, red. M. Lisowski, Wyd. Wyższej Szkoły Menadżerskiej w Białymstoku, Białystok 2008.

Turystyka i rekreacja. Wymiary teoretyczne i praktyczne, red. J. Kosiewicz, K. Obodyński, Wyd. Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2006.

Turystyka i rekreacja szansą rozwoju aktywności społecznej, red. R. Grzywacz, KORAW, Rzeszów 2008.

Turystyka i wypoczynek, red. R. Hławacz, Oficyna Piastowska, Opole 2005.

Turystyka jako czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego regionów europejskich, red. M. Turek, Europejska Szkoła Hotelarstwa, Turystyki i Przedsiębiorczości, Sopot 2007.

Turystyka jako czynnik wzrostu konkurencyjności regionów w dobie globalizacji, red. Grzegorz Gołębski, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2008.

Turystyka jako dialog kultur, red. Z. Krawczyk, E. Lewandowska-Tarasiuk, J. W. Sienkiewicz, WSE, Warszawa 2005.

Turystyka w badaniach naukowych: prace ekonomiczne, red. A. Nowakowska, M. Przydział, WSiZ, Kraków 2006.

Turystyka w badaniach naukowych: prace przyrodnicze i humanistyczne, red. J. Krupa, J. Biliński, WSiZ, Kraków 2006.

Turystyka w humanistycznej perspektywie, red. M. Kaźmierczak, AWF, Poznań 2004.

Turystyka w gminie i powiecie, red. A. Gordon, POT, Warszawa 2003.

Turystyka w naukach humanistycznych, red. R. Winiarski, PWN, Warszawa 2008.

Turystyka w Polsce w warunkach integracji europejskiej i globalizacji rynku światowego, red. I. Jędrzejczyk, W. Młynarski, AWF, Katowice 2003.

Turystyka w rozwoju lokalnym, red. E. Łaźniewska, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Poznań 2012.

Turystyka w ujęciu globalnym i lokalnym, red. G. Gołębski, AWF, Poznań 2004.

- Turystyka w ujęciu interdyscyplinarnym*, red. J. Wyżykowski, J. Marak, WSH, Wrocław 2010.
- Turystyka w ujęciu podmiotowym i przestrzennym: człowiek, przestrzeń, przedsiębiorstwo*, red. G. Gołembski, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2006.
- Turystyka zrównowazona*, red. A. Kowalczyk, PWN, Warszawa 2010.
- Turystyka zrównowazona i ekoturystyka*, red. A. Gotowt - Jeziorska, Wyd. PTTK, Warszawa 2008.
- Veblen T., *Teoria klasy próżniaczej*, PWN, Warszawa 1998.
- Wdrażanie polityki rozwoju regionu, wybrane programy i projekty*, red. nauk.: K. Malik, Wydawnictwo Naukowe „Akapit” Kraków, Opole 2010.
- Weber A., *Theory of the Location of Industries*, University of Chicago Press, Chicago 1909.
- Wicher-Jesionowska K., *Muzeum Wsi Opolskiej w Opolu-Bierkowicach*, W: *Muzea skansenowskie w Polsce*, red. F. Midura, Poznań 1997.
- Wierzoń A., *Kościół drewniany na Śląsku Opolskim*, Wyd. Św. Krzyża, Opole 1995.
- Winiarski R., Zdebski J., *Psychologia turystyki*, WAiP, Warszawa 2008.
- Wodejko, S., *Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, WSiHiP, Warszawa 1997.
- Wybrane aspekty obsługi ruchu turystycznego*, red. B. Meyer, Fundacja na rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2004.
- Wybrane aspekty zarządzania rozwojem regionalnym i lokalnym*, red. K. Heffner, Pro Publico Poznań, Opole 2009.
- Zagórna-Goplańska M., *Wybrane mierniki popytu turystycznego z uwzględnieniem województwa opolskiego*, W: *Śląsk Opolski* nr 1-2 (54-55), Opole 2005.
- Znaniecki F., *Ludzie teraźniejsi, a cywilizacja przyszłości*, PWN, Warszawa 1974.
- Znaniecki F., *Socjologia wychowania*, t. I, PWN, Warszawa 1973.
- Zarządzanie rozwojem regionu-wymiar społeczny, gospodarczy i środowiskowy*, red. nauk.: K. Malik, Wydawnictwo Naukowe „Akapit” Kraków, Opole 2010.

Źródła internetowe:

Galeria zdjęć, dostęp: 14.10.2013:

<http://www.krainadinozaurow.pl/gminazawadzkie,g,6,1.html>.

Jarczewski A., Opolskie – kultura i przyroda, dostęp: 18.08.2013:

<http://www.rynek-turystyczny.pl/artykuly-z-dzialu?k=61/61/numer/dzial-produkt-turystyczny/dzial-produkt-turystyczny>

Moszna – bajkowy zamek, dostęp: 14.10.2013:

<http://www.national-geographic.pl/traveler/artykuly/pokaz/moszna-bajkowy-zamek/>

Przyroda, dostęp: 13.10.2013.

<http://www.visitopolskie.pl/pl/oRegionie/czytaj/id,8/t,Przyroda.html>,

www.intur.com.pl: Badania Instytutu Turystyki

www.stat.gov.pl: GUS Bank Danych Lokalnych

Dokumenty:

Dobre przykłady „Odnowy Wsi” w województwie opolskim, Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie. Publikacja opracowana przez Urząd Marszałkowski Województwa Opolskiego. Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Pomocy Technicznej Programu

Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013. Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 - Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi,

Ministerstwo Sportu i Turystyki Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku, dokument rządowy przyjęty przez Radę Ministrów w dniu 26 września 2008 r. Warszawa 2008, Plan Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Opolskiego. Załącznik nr 1 do Uchwały nr XLVIII/505/2010 Sejmiku Województwa Opolskiego z dnia 28 września 2010 r.,

Program opieki nad zabytkami województwa opolskiego na lata 2007-2010, grudzień 2007, Krajowy Ośrodek Badań i Dokumentacji Zabytków w Warszawie, Oddział Terenowy.

Program Rozwoju i Funkcjonowania Śląskiego Systemu Informacji Turystycznej,
Śląska Organizacja Turystyczna, Katowice 2008

Regionalny Ośrodek Badań i Dokumentacji Zabytków w Opolu. Sejmik Województwa
Opolskiego.,

Strategia rozwoju turystyki w województwie opolskim na lata 2007–2013, Opole-
Kraków 2005,

Załącznik do Uchwały Nr XXXIX/350/2005 Sejmiku Województwa Opolskiego z
dnia 11 października 2005 r. “Strategia rozwoju województwa opolskiego” Urząd
Marszałkowski Województwa Opolskiego 2005”,

Aneksy

KWESTIONARIUSZ WYWIADU

Paweł Sadło

Szanowni Państwo!

Celem badania jest poznanie opinii przedstawicieli władz gmin województwa opolskiego na temat rozwoju turystyki w regionie.

**Wszystkie przekazane informacje zostaną wykorzystane wyłącznie do celów naukowych.
Pytania są pytaniami jednokrotnego wyboru (chyba, że w danym pytaniu zaznaczono inaczej)**

Bardzo dziękuję za pomoc i współpracę!

KWESTIONARIUSZ WYWIADU

1. W jakim stopniu poszczególne podmioty w gminach angażują się w działania na rzecz rozwoju turystyki w regionie? (proszę do każdego podpunktu wybrać jedną odpowiedź)						Zmienn a
	Bardzo duże zaangażowanie	Duże zaangażowanie	Średnie zaangażowanie	Słabe zaangażowanie	Brak zaangażowa nia	
a) Organizacje turystyczne	1	2	3	4	5	1a
b) Społeczność lokalna	1	2	3	4	5	1b
c) Rada miasta(gminy)	1	2	3	4	5	1c
d) Inwestorzy	1	2	3	4	5	1d

e) Urząd miasta(gminy)	1	2	3	4	5	1c
------------------------	---	---	---	---	---	----

2. Które z poniższych zadań realizuje urząd gminy w zakresie rozwoju turystyki w regionie? (proszę do każdego podpunktu wybrać jedną odpowiedź)		
--	--	--

	Tak	Nie	Nie wiem	
a) Promowanie regionu (poprawa wizerunku)	1	2	3	2a
b) Tworzenie organizacji ukierunkowanych na rozwój turystyki	1	2	3	2b
c) Tworzenie polityki rozwoju regionu	1	2	3	2c
d) Tworzenie narzędzi do efektywniejszego rozwoju turystyki (parki tematyczne, produkty regionalne itp.)	1	2	3	2d

3. W jakim stopniu zgadza/nie zgadza się Pan/Pani ze zdaniem: Aktywność władz samorządowych na rzecz rozwoju turystyki w gminach jest widoczna.		
1. Zdecydowanie się nie zgadzam 2. Raczej się nie zgadzam 3. Nie mam zdania 4. Raczej się zgadzam 5. Zdecydowanie się zgadzam		3
4. Jaki jest główny motyw działań władz samorządowych ukierunkowanych na poprawę wizerunku regionu?		
1. Rozwój turystyki 2. Zwiększenie liczby miejsc pracy 3. Zapewnienie konkurencyjności regionu 4. Utworzenie właściwego wizerunku 5. Inne(jakie?).....		4
5. Czy lokalne strategie rozwoju gmin w zakresie turystyki są komplementarne ze strategią wojewódzką w zakresie konstruowania polityki turystycznej?		
1. Tak (w pełni) 2. Tak (w znacznej części) 3. Tak (jednak tylko w wybranych aspektach) 4. Nie 5. Trudno powiedzieć		5
6. Jaką największą korzyści niosą ze sobą strategie regionu w zakresie turystyki?		

1. Popularyzowanie regionu 2. Ochrona środowiska 3. Zwiększenie zainteresowania inwestorów regionem 4. Poprawa wizerunku regionu 5. Zwiększenie liczby turystów 6. Inne: (jakie?)		6
7. Jakie główne kierunki rozwoju realizowane są przez strategie gminy? (uwaga można wybrać maksymalnie 3 odpowiedzi)		
1. Turystyka w oparciu o walory kulturowe 2. Turystyka w oparciu o walory uzdrowiskowe, spa & wellness 3. Turystyka w oparciu o walory naturalne 4. Ochrona środowiska i zrównoważony rozwój jako czynniki popularyzacji regionu 5. Gospodarka oparta na innowacjach 6. Rozwój przedsiębiorczości w regionie 7. Rozwój osobisty społeczności lokalnej 8. Inne (jakie?)		7a 7b 7c
8. Czy poza strategiami rozwoju w gminach województwa funkcjonują inne prawne mechanizmy zarządzania rozwojem turystycznym?		
1. Tak (jakie to mechanizmy?) 2. Nie 3. Trudno powiedzieć		8
9. Które mechanizmy zarządzania rozwojem turystycznym wykorzystuje się w regionie? (uwaga można wybrać maksymalnie 3 odpowiedzi)		
1. Programy rozwoju turystycznego 2. Akcje zmierzające do popularyzacji regionu 3. Ochrona środowiska jako zwiększanie możliwości turystycznych 4. Ochrona miejsc kultu świętego i walorów antropogenicznych (kulturowych) 5. Inne (jakie?)		9
10. Czy w regionie działają stowarzyszenia ukierunkowane na rozwój turystyki?		
1. Tak 2. Nie (przejdź do pyt. 15) 3. Nie wiem		10

11. Jaką rolę w działaniach na rzecz rozwoju turystyki odgrywają stowarzyszenia? (uwaga można wybrać maksymalnie 3 odpowiedzi)	Dodatko we uwagi responde nta	Zmie n-na
1. Tworzenie programów rozwoju turystyki 2. Zwiększanie zaangażowania społecznego 3. Realizowanie działań ukierunkowanych na rozwój turystyki 4. Pozyskiwanie funduszy, przekazywanych później na cele turystyczne 5. Popularyzacja ochrony środowiska i walorów regionu 6. Inne (jakie?)		11a 11b 11c
12. Jaki jest najważniejszy kierunek działań stowarzyszeń?		

1. Ogólny rozwój regionu 2. Pomoc w rozwiązywaniu problemów ograniczających rozwój turystyki w regionie 3. Poprawianie jakości życia społeczności, jak i jej zaangażowania 4. Realizacja programów ukierunkowanych na rozwój turystyki 5. Inne (jakie?)		12
13. Czy działania na rzecz celów społecznych (takich jak: integracja społeczna, rozwój wspólnot lokalnych) znajdują swoje odzwierciedlenie w zakresie aktywności stowarzyszeń na rzecz rozwoju turystyki w województwie?		
1. Tak 2. Nie 3. Trudno powiedzieć		13
14. Na czym polega aktywność stowarzyszeń na rzecz rozwoju turystyki w województwie? (uwaga można wybrać maksymalnie 3 odpowiedzi)		
1. Akcentowanie zwyczajów, wyjątkowości regionu 2. Zapewnianie aktywności przywracającej równowagę psychofizyczną człowieka 3. Zapewnianie aktywności ruchowej, rekreacyjnej 4. Zapewnianie noclegów 5. Popularyzacja atrakcji regionu 6. Inne (jakie?)		14a 14b 14c
15. Czy społeczność lokalna (mieszkańcy danej gminy) jest zaangażowana w działania na rzecz rozwoju turystyki w swojej gminie?		
1. Tak 2. Nie (przejdź do pyt. 18) 3. Trudno powiedzieć		15
16. Proszę wskazać jak jest typ tego zaangażowania.		
1. Jest to zaangażowanie stałe 2. Jest to zaangażowanie sezonowe 3. Jest to zaangażowanie sporadyczne 4. Angażuje się wyłącznie część społeczności		16
17. W jaki typ działań społeczność lokalna jest zaangażowana w swojej gminie najbardziej?		
1. Realizacja programu rozwoju turystyki 2. Wykorzystanie zasobów potencjału ludzkiego (wiedzy, umiejętności, energii) 3. Zainteresowanie miejscowych przedsiębiorców inwestycjami turystycznymi 4. Budowanie pozytywnego wizerunku regionu 5. Inspirowanie do działań turystycznych 6. Inne (jakie?)		17
18. Jak wygląda aktywność władz samorządowych w kontekście rozwoju turystyki w gminach? (uwaga można wybrać maksymalnie 3 odpowiedzi)		

1. Inwentaryzacja i waloryzacja środowiska z punktu widzenia możliwości i kierunków rozwoju turystyki. 2. Opracowanie programu zrównoważonego rozwoju turystyki 3. Uwzględnienie turystyki w „Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego gminy” oraz w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego. 4. Stworzenie systemu zachęt do podejmowania inwestycji infrastrukturalnych– poprzez odpowiednie instrumenty ekonomiczne, prawne, korzystny „klimat” dla przedsięwzięć turystycznych. 5. Przyjęcie założeń odnośnie form udostępniania na cele turystyczne lub komplementarne określonych obiektów i terenów nabywcom (sprzedaż, użytkowanie wieczyste, dzierżawa, użyczenie, leasing, kooperacja, wspólne przedsięwzięcie z lokalnymi samorządami) 6. Umożliwienie i ułatwienie przekazania (sprzedaży) wyodrębnionych obiektów i terenów 7. Stworzenie systemu norm i zasad korzystania podmiotów turystycznych i usług komplementarnych z zasobów środowiska. 8. Inne(jakie?)		18 a 18b 18c
19. Czy w gminie zachodzą podobne procesy i efekty rozwojowe, jak w innych gminach województwa o podobnych cechach i zasobach turystycznych ?		
1. Tak (przejdź do pyt. 20) 2. Nie 3. Nie wiem		19
20. Jaki jest główny powód niewystępowania podobnych procesów i efektów rozwojowych jak w innych gminach województwa o podobnych cechach i zasobach turystycznych ?		
1. Ponieważ w inny sposób prowadzi się promocję regionu 2. Zaangażowanie władz gminy w działania turystyczne jest inne niż w naszej gminie 3. Ponieważ aktywność społeczności lokalnej jest inna niż w naszej gminie 4. Ponieważ inaczej zarządza się dochodami gminy i ich rozplanowaniem 5. Inne(jakie?).....		20
21. Jakie utrudnienia i ograniczenia realizacji strategii mogą prowadzić do zahamowania rozwoju turystyki w regionie? (uwaga można wybrać maksymalnie 3 odpowiedzi)		
1. Niewielkie zaangażowanie ludności lokalnej w rozwój turystyki 2. Niewielkie zainteresowanie władz regionu rozwojem turystyki 3. Niedostosowanie infrastruktury do wymagań rynku 4. Niski poziom promocji regionu 5. Zbudowanie niewłaściwego wizerunku regionu 6. Brak różnorodnej oferty turystycznej, zmniejszającej konkurencyjność regionu 7. Inne (jakie?).....		21
22. Czy przedsiębiorcy działają na rzecz rozwoju turystyki w regionie?		
1. Tak 2. Nie (przejdź do pytania 26) 3. Trudno powiedzieć		22
23. W jaki sposób przedsiębiorcy działają na rzecz rozwoju turystyki w regionie? (uwaga można wybrać maksymalnie 3 odpowiedzi)		

1. Dbają o środowisko naturalne i zasoby regionu 2. Kultywują kulturę regionu 3. Chronią dziedzictwo kulturowe 4. Stosują zasadę odpowiedzialnego biznesu (społeczna odpowiedzialność stanowi swego rodzaju zobowiązanie przedsiębiorstwa do ograniczania, bądź niwelowania negatywnych oddziaływań oraz zapewniania długoterminowych pozytywnych oddziaływań na społeczeństwo) 5. Podnoszą jakości oferowanych produktów i promują je na rynku zagranicznym 6. Tworzą interesującą ofertę dla turystów 7. Zapewniają bazę noclegową, gastronomiczną, rekreacyjną 8. Inne (jakie?)		23a 23 b 23c
24. Przedsiębiorcy łączą aspekty działalności gospodarczej i działalności na rzecz rozwoju turystyki w regionie poprzez: (uwaga można wybrać maksymalnie 3 odpowiedzi)		
1. Ochronę środowiska 2. Popularyzację regionu 3. Promocję i reklama regionu jako miejsca turystycznego 4. Tworzenie miejsc pracy 5. Zapewnianie pamiątek, dodatków kreujących wizerunek regionu Inne (jaki?)		24a 24b 24c
25. Jakie z działań przedsiębiorców mogłyby się jeszcze przyczynić do zapewnienia rozwoju regionu? (uwaga można wybrać maksymalnie 3 odpowiedzi)		
1. Ukierunkowanie na zrównoważony rozwój 2. Promowanie regionu w ramach działalności gospodarczej – jako dodatek funkcjonowania przedsiębiorstwa 3. Zapewnienie atrakcyjnej oferty, zwiększającej zainteresowanie regionem 4. Inspirowanie do podejmowania działań proekologicznych i turystycznych 5. Inne (jakie?)		25a 25b 25c
26. W jaki sposób przedsiębiorcy przeważnie dają wyraz swoim oczekiwaniom w zakresie rozwoju turystyki w regionie?		
1. Deklaracje na piśmie 2. Uczestnictwo w radach i spotkaniach regionalnych 3. Przedkładanie własnych projektów i programów działania 4. Inne (jakie?)		26
27. Czy deklarowana aktywność społeczność lokalnej w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie jest aktywnością przynoszącą określone korzyści?		
1. Tak (jakie korzyści?) 2. Nie 3. Trudno powiedzieć		27
28. Czy deklarowana aktywność władz samorządowych w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie jest aktywnością przynoszącą określone korzyści?		
1. Tak(jakie korzyści?) 2. Nie 3. Trudno powiedzieć		28
29. Czy deklarowana aktywność przedsiębiorstw w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie jest aktywnością przynoszącą określone korzyści?		

1. Tak(jakie korzyści?)..... 2. Nie 3. Trudno powiedzieć		29
30. Czy deklarowana aktywność stowarzyszeń w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie jest aktywnością przynoszącą określone korzyści?		
1. Tak(jakie korzyści?)..... 2. Nie 3. Trudno powiedzieć		30
31. Czy aktywność społeczności lokalnej w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie opolskim warunkuje sukces tego rozwoju?		
1. Tak (jakie działania odpowiadają za sukces?) 2. Nie 3. Trudno powiedzieć		31
32. Czy aktywność władz samorządowych, w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie opolskim warunkuje sukces tego rozwoju?		
1. Tak (jakie działania odpowiadają za sukces?) 2. Nie 3. Trudno powiedzieć		32
33. Czy aktywność przedsiębiorstw, w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie opolskim warunkuje sukces tego rozwoju?		
1. Tak - poprzez tworzenie nowych miejsc pracy 2. Tak – poprzez tworzenie nowych miejsc noclegowych 3. Tak – poprzez rozwój gastronomii 4. Nie 5. Trudno powiedzieć		33
34. Czy aktywność stowarzyszeń w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie opolskim warunkuje sukces tego rozwoju?		
1. Tak (jakie działania odpowiadają za sukces?) 2. Nie 3. Trudno powiedzieć		34
35. Czy zasoby turystyczne mogą być kształtowane odpowiednio dobranymi instrumentami rozwoju (np. parki tematyczne, produkty regionalne itp.)?		
1. Mogą być kształtowane (w jaki sposób?) 2. Nie mogą być kształtowane 3. Trudno powiedzieć		35
36. Które z walorów regionu odgrywają najważniejszą rolę w promocji turystyki?		

1. Naturalne		36
2. Antropogeniczne (kulturowe)		
3. Inne (jakie?).....		
37. Czy w regionie zapewniona jest właściwa baza noclegowa?		
1. Tak		37
2. Nie		
3. Trudno powiedzieć		
38. Jakie zmiany należałoby wprowadzić w celu zintensyfikowania rozwoju turystycznego regionu?		
.....		38
.....		
.....		
39. Płeć:		
1. Mężczyzna		39
2. Kobieta		
40. Wiek:		
1. 18-25 lat		40
2. 26-33 lat		
3. 34-41 lat		
4. 42-49 lat		
5. 50-57 lat		
6. 58 lat i więcej		
41. Wykształcenie:		
1. Podstawowe		41
2. Gimnazjalne		
3. Zawodowe		
4. Średnie		
5. Wyższe zawodowe		
6. Wyższe		
42. Miejsce zamieszkania:		
1. Wieś		42
2. Miasto do 20 tyś.		
3. Miasto powyżej 20 tyś do 100 tyś.		
4. Miasto powyżej 100 tyś.		

SCENARIUSZ INDYWIDUALNEGO WYWIADU POGŁĘBIONEGO (IDI)

Szanowni Państwo!

Celem badania jest poznanie roli wpływu aktywności obywatelskiej na rozwój turystyki w regionie.
Wszystkie przekazane informacje zostaną wykorzystane wyłącznie do celów naukowych.

Bardzo dziękuję za pomoc i współpracę!

Wywiad

1. Kto w gminach województwa opolskiego angażuje się w działania na rzecz rozwoju turystyki w regionie?

Obszar: władza samorządowa

2. Jak wygląda aktywność władz samorządowych w kontekście rozwoju turystyki w gminach?
3. Czy lokalne strategie rozwoju gmin w zakresie turystyki są komplementarne ze strategiami powiatowymi i strategią wojewódzką w zakresie konstruowania polityki turystycznej?
4. Czy poza strategiami rozwoju w gminach województwa opolskiego funkcjonują inne prawne mechanizmy zarządzania rozwojem turystycznym?
5. Czy w działaniach samorządów lokalnych przejawiają się inne działania mające bezpośredni wpływ na rozwój turystyki?

Obszar: przedsiębiorstwa

6. Czy przedsiębiorcy działają na rzecz rozwoju turystyki w regionie?
7. W jaki sposób przedsiębiorcy działają na rzecz rozwoju turystyki w regionie?
8. W jaki sposób przedsiębiorcy łączą aspekty działalności gospodarczej i działalności na rzecz rozwoju turystyki w regionie?
9. W jaki sposób przedsiębiorcy dają wyraz swoim oczekiwaniom w zakresie rozwoju turystyki w regionie?

Obszar: stowarzyszenia

10. Czy społeczność lokalna (mieszkańcy danej gminy) są zaangażowani w działania na rzecz rozwoju turystyki w swojej gminie?
11. Jaką rolę w działaniach na rzecz rozwoju turystyki odgrywają stowarzyszenia?
12. Na czym polega aktywność stowarzyszeń na rzecz rozwoju turystyki w województwie opolskim?
13. Czy działanie na rzecz celów społecznych takich jak: integracja społeczna, rozwój wspólnot lokalnych, znajdują swoje odzwierciedlenie w zakresie aktywności stowarzyszeń na rzecz rozwoju turystyki w województwie opolskim?
14. W jaki sposób społeczność lokalna (mieszkańcy danej gminy) są zaangażowani w działania na rzecz rozwoju turystyki w swojej gminie?

Uogólniając

15. Czy w gminie zachodzą podobne procesy i efekty rozwojowe, jak w innych gminach województwa o podobnych cechach i zasobach turystycznych? Jeśli nie to dlaczego?
16. Czy deklarowana aktywność podmiotów (społeczność lokalna, władze samorządowe, przedsiębiorstwa, stowarzyszenia) w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie opolskim jest aktywnością przynoszącą określone korzyści?
17. Czy aktywność podmiotów (społeczność lokalna, władze samorządowe, przedsiębiorstwa, stowarzyszenia) w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie opolskim warunkuje sukces tego rozwoju?
18. Czy i w jaki sposób zasoby turystyczne (kulturowe, przyrodnicze, społeczne) mogą być kształtowane przy pomocy instrumentów rozwoju takich jak np.: parki tematyczne, produkty regionalne itp.)?
19. **Co warunkuje sukces w rozwoju turystyki województwa opolskiego z perspektywy aktywności podmiotów (społeczność lokalna, władze samorządowe, przedsiębiorstwa, stowarzyszenia)**

WYWIAD NR (.....) PRZEPROWADZONY W

Data wywiadu:

Czas trwania wywiadu:

Prowadzący wywiad:

Opis miejsca wywiadu:

Opis atmosfery wywiadu:

TREŚĆ WYWIADU

narracja

SPIS RYSUNKÓW, TABEL I WYKRESÓW:

RYSUNKI:

Rysunek 1. Terytorium w ujęciu systemowym	15
Rysunek 2. Socjologiczna analiza turystyki jako zjawiska społecznego.....	60
Rysunek 3. Analiza socjologiczna turystyki jako czynnika przemian społeczno-kulturowych oraz wychowawczych	61
Rysunek 4. Model ewolucji obszaru (miejsca) turystycznego Butlera.....	77
Rysunek 5. Wpływ turystyki na rozwój obszaru	90
Rysunek 6. Konsekwencje rozwoju turystyki na poszczególnych etapach podróży turystycznej	91
Rysunek 7. Zatrudnienie w turystyce i branżach współpracujących	97
Rysunek 8. Amfiteatr w Opolu	147
Rysunek 9. Gmina Zawadzkie - spływ kajakowy Małą Panwią.....	150
Rysunek 10. Zamek Moszna	151
Rysunek 11. Plac spotkań nad Jeziorem Paczkowskim Kozielno (gm. Paczków).....	153
Rysunek 12. Projekty turystyczne na tle potencjału turystycznego	162
Rysunek 13. Typy projektów turystycznych realizowanych w ramach RPO WO 2007-2013. Dane w liczbach	164
Rysunek 14. Motywy przyjazdów turystów do województwa opolskiego.....	220
Rysunek 15. Średnie wydatki turystów zagranicznych i krajowych w województwie opolskim	222
Rysunek 16. baza noclegowa turystów zwiedzających województwo opolskie	223

TABELE:

Tabela 1. Podział typów kapitału społecznego	111
Tabela 2. Bilans zysków i strat powodowanych przez turystę w społecznościach recepcyjnych.....	92

Tabela 3. Najistotniejsze akty prawne przyznające samorządom powiatowym oraz gminnym uprawnienia bezpośrednio albo pośrednio związane z rozwojem turystyki	105
Tabela 4. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Które z poniższych zadań realizuje urząd gminy w zakresie rozwoju turystyki w regionie? Dane w % i w liczbach osób badanych. (N=149)	168
Tabela 5. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: W jakim stopniu zgadza/nie zgadza się Pan/Pani ze stwierdzeniem: Aktywność władz samorządowych na rzecz rozwoju turystyki w gminach jest widoczna. Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149).....	169
Tabela 6. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jaki jest główny motyw działań władz samorządowych ukierunkowanych na poprawę wizerunku regionu? Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149)	171
Tabela 7. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jaką największą korzyść niosą ze sobą strategie rozwoju regionu w zakresie turystyki? Dane w % oraz w liczbach (N=149).....	174
Tabela 8. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Czy lokalne strategie rozwoju gmin w zakresie turystyki są komplementarne ze strategią wojewódzką w zakresie konstruowania polityki turystycznej? Dane w % i liczbach osób badanych (N=149)	176
Tabela 9. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jakie główne kierunki realizowane są przez strategie rozwoju gmin w zakresie turystyki? Dane w % i liczbach osób badanych (N=149)	178
Tabela 10. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jaką rolę w działaniach na rzecz rozwoju turystyki odgrywają stowarzyszenia? Dane w % i liczbach osób badanych (N=149). Wartości nie sumują się do 100%.....	182
Tabela 11. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Na czym polega aktywność stowarzyszeń na rzecz rozwoju turystyki w województwie? Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149). Wartości nie sumują się do 100%.....	185
Tabela 12. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: W jaki sposób przedsiębiorcy działają na rzecz rozwoju turystyki w regionie? Dane w % i liczbach osób badanych (N=149). Wartości nie sumują się do 100%.....	188

Tabela 13. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Przedsiębiorcy łączą aspekty działalności gospodarczej i działalności na rzecz rozwoju turystyki poprzez:.. Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149). Wartości nie sumują się do 100%	191
Tabela 14. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jakie z działań przedsiębiorców mogłyby się dodatkowo przyczynić do zapewnienia rozwoju regionu? Dane w % i liczbach osób badanych (N=149).....	193
Tabela 15. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: W jaki sposób przedsiębiorcy dają wyraz swoim oczekiwaniom w zakresie rozwoju turystyki w regionie? Dane w % i liczbach osób badanych (N=149).....	194
Tabela 16. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Czy społeczność lokalna (mieszkańcy danej gminy) jest zaangażowana w działania na rzecz rozwoju turystyki w swojej gminie? Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149).....	196
Tabela 17. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: W jaki typ działań społeczność lokalna jest zaangażowana w swojej gminie najbardziej? Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149).....	197
Tabela 18. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jak wygląda aktywność władz samorządowych w kontekście rozwoju turystyki w gminach? Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149). Wartości nie sumują się do 100%	201
Tabela 19. Korzyści wynikające z deklarowanej aktywności przedsiębiorstw w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie. Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149).....	203
Tabela 20. Korzyści wynikające z deklarowanej aktywności władz samorządowych w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie. Dane w % i w liczbie osób badanych (N=149).....	205
Tabela 21. Korzyści wynikające z deklarowanej aktywności przedsiębiorstw w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie. Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149).....	206
Tabela 22. Korzyści wynikające z deklarowanej aktywności stowarzyszeń w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie. Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149).....	207

Tabela 23. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Które z walorów regionu odgrywają najważniejszą rolę w promocji turystyki? Dane w % i liczbach osób badanych (N=149)	208
Tabela 24. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Czy w regionie zapewniona jest właściwa baza noclegowa? Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149)	210
Tabela 25. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jakie zmiany należałoby wprowadzić w celu zintensyfikowania rozwoju turystycznego regionu? Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149). Wartości nie sumują się do 100%	212
Tabela 26. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Czy w gminie zachodzą podobne procesy i efekty rozwojowe, jak w innych gminach województwa o podobnych cechach i zasobach turystycznych? Dane w % i liczbach osób badanych (N=149) ..	214
Tabela 27. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jaki jest główny powód niewystępowania podobnych procesów i efektów rozwojowych jak w innych gminach województwa o podobnych cechach i zasobach turystycznych? Dane w % i w liczbach osób badanych (N=60).....	216
Tabela 28. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jakie utrudnienia i ograniczenia realizacji strategii w zakresie rozwoju turystyki mogą prowadzić do zahamowania tego rozwoju w regionie? Dane w % i w liczbach osób badanych (N=149). Wartości nie sumują się do 100%	217
Tabela 29. Płeć respondentów. Dane w % i w liczbach osób badanych	218
Tabela 30. Wiek respondentów. Dane w % i w liczbach osób badanych	218
Tabela 31. Wykształcenie respondentów. Dane w % i w liczbach osób badanych ...	219
Tabela 32. Miejsce zamieszkania respondentów. Dane w % i w liczbach osób badanych	219

WYKRESY:

Wykres 1. W jakim stopniu poszczególne podmioty w gminach angażują się w działania na rzecz rozwoju turystyki w regionie. Dane w % (N=149).....	165
---	-----

Wykres 2. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: W jakim stopniu poszczególne podmioty w gminach angażują się w działania na rzecz rozwoju turystyki w regionie? Dane w % (N=149). Dane nie sumują się do 100% 166

Wykres 3. Realizacja zadań w zakresie rozwoju turystyki w regionie przez urzędy gmin. Dane w % (N=149) 166

Wykres 4. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Które z poniższych zadań realizuje urząd gminy w zakresie rozwoju turystyki w regionie? Dane w procentach (N=149) 167

Wykres 5. Aktywność władz samorządowych w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w gminach jest widoczna. Dane w % 168

Wykres 6. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: W jakim stopniu zgadza/nie zgadza się Pan/Pani ze zdaniem: Aktywność władz samorządowych na rzecz rozwoju turystyki w gminach jest widoczna. Dane w procentach (N=149) 169

Wykres 7. Główne motywy działań władz samorządowych ukierunkowanych na poprawę wizerunku regionu. Dane w % 170

Wykres 8. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jaki jest główny motyw działań władz samorządowych ukierunkowanych na poprawę wizerunku regionu? Dane w procentach (N=149) 171

Wykres 9. Największe korzyści dla regionu w związku z realizowaną strategią rozwoju regionu w zakresie turystyki. Dane w % 173

Wykres 10. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jaką największą korzyści niosą ze sobą strategie regionu w zakresie turystyki? Dane w procentach (N=149) 173

Wykres 11. Komplementarność strategii rozwoju gmin w zakresie turystyki ze strategią wojewódzką w zakresie konstruowania polityki turystycznej. Dane w % .. 175

Wykres 12. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Czy lokalne strategie rozwoju gmin w zakresie turystyki są komplementarne ze strategią wojewódzką w zakresie konstruowania polityki turystycznej? Dane w % (N=149)..... 176

Wykres 13. Główne kierunki rozwoju gmin w związku z realizacją strategii. Dane w %. Dane nie sumują się do 100%..... 177

Wykres 14. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jakie główne kierunki rozwoju realizowane są przez strategie gminy? Dane w % (N=149) 179

Wykres 15. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Które mechanizmy zarządzania rozwojem turystycznym wykorzystuje się w regionie? Dane w % (N=149). Dane nie sumują się do 100%	180
Wykres 16. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jaką rolę w działaniach na rzecz rozwoju turystyki odgrywają stowarzyszenia? Dane w % (N=149). Dane nie sumują się do 100%.....	182
Wykres 17. Rozkład odpowiedzi na pytanie: Jaki jest najważniejszy kierunek działań stowarzyszeń działających w obszarze turystyki? Dane w % (N=149)	184
Wykres 18. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Na czym polega aktywność stowarzyszeń na rzecz rozwoju turystyki w województwie? Dane w % (N=149)	186
Wykres 19. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: W jaki sposób przedsiębiorcy działają na rzecz rozwoju turystyki w regionie? Dane w % (N=149).....	189
Wykres 20. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Przedsiębiorcy łączą aspekty działalności gospodarczej i działalności na rzecz rozwoju turystyki w regionie poprzez: Dane w % (N=149)	191
Wykres 21. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jakie z działań przedsiębiorców mogłyby się jeszcze przyczynić do zapewnienia rozwoju regionu? Dane w procentach (N=149).....	192
Wykres 22. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: W jaki typ działań społeczność lokalna jest zaangażowana w swojej gminie najbardziej? Dane w % (N=149)	197
Wykres 23. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Korzyści wynikające z deklarowanej aktywności władz samorządowych w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie. Dane w % (N=149)	198
Wykres 24. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Jak wygląda aktywność władz samorządowych w kontekście rozwoju turystyki w gminach? Dane w % (N=149)..	200
Wykres 25. Rozkład częstości odpowiedzi na pytanie: Czy deklarowana aktywność stowarzyszeń w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie jest aktywnością przynoszącą określone korzyści? Dane w procentach (N=149).....	202
Wykres 26. Korzyści wynikające z deklarowanej aktywności przedsiębiorstw w działaniach na rzecz rozwoju turystyki w województwie. Dane w % (N=149).....	203